Office national du film du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2007

Rapport ministériel sur le rendement

L'honorable Josée Verner, C.P., députée

Ministre du Patrimoine canadien, de la Condition féminine et des Langues officielles

Table des matières

Message de la ministre *5*

Message du commissaire *6*

Déclaration de la direction *8*

Raison d'être de l'Office national du film *9*

SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE **24**

Résultat stratégique *25*

Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles *25*

Les priorités 26

Résultat prévu : 30

Indicateurs : 39

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles *43*

Les priorités 44

Résultat prévu : 44

Indicateur : 44

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux *48*

Les priorités 49

Résultat prévu : 50

Indicateur : 50

Activité de programme 4 : Services de recherche et de conseil *60*

Les priorités 61

Résultat prévu : 61

Indicateur : 61

SECTION III – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES **65**

Renseignements sur l'organisation *66*

Structure organisationnelle 66

Gestion et administration de l'ONF *67*

Gouvernance et responsabilité **67**

Priorités *67*

SECTION I – Survol

Ministre du Patrimoine canadien,
de la Condition féminine et des Langues officielles

Minister of Canadian Heritage,
Status of Women and Official Languages

Ottawa, Canada K1A 0M5

Message de la ministre

La récolte du 12e Oscar de l'histoire de l'Office national du film du Canada (ONF) pour le court métrage d'animation *Le poète danois*, en février dernier, a non seulement permis à l'ONF de conclure l'année 2006-2007 sur une note positive, mais a également confirmé l'excellence artistique du milieu cinématographique et culturel canadien à l'échelle internationale. Au fil de l'année, de nombreux artistes et artisans des quatre coins du pays ont été primés pour la qualité exceptionnelle de leurs œuvres, et ce, au Canada et à l'étranger.

Organisme audiovisuel canadien d'importance, l'ONF a joué un rôle tout aussi essentiel en 2006-2007 qu'à l'époque de sa création, en 1939. En tant que producteur et distributeur public au Canada, l'ONF reflète les valeurs et les points de vue qui sont chers aux Canadiens en leur offrant des productions audiovisuelles novatrices et originales. De plus, l'ONF tire parti des nouvelles méthodes de productions et des nouvelles plateformes de diffusion pour rejoindre les multiples communautés régionales, culturelles et linguistiques situées partout au pays.

À titre de ministre du Patrimoine canadien, de la Condition féminine et des Langues officielles, je suis heureuse de présenter le *Rapport ministériel sur le rendement* de l'Office national du film du Canada, qui fait le bilan de ses multiples réalisations au cours de l'année 2006-2007. Ce rapport met en valeur le rôle particulier et important que joue cet organisme au sein du portefeuille du Patrimoine canadien en vue de définir ce que nous sommes et de renforcer notre sentiment d'appartenance à la société canadienne.

L'honorable Josée Verner, C.P., députée

Canada

Message du commissaire

Si l'on demandait à la population canadienne de récapituler brièvement les performances de l'Office national du film du Canada pour l'année 2006-2007, plusieurs répondraient que le plus grand accomplissement de l'ONF au cours de la dernière année fut l'obtention de l'Oscar® du meilleur court métrage d'animation pour *Le Poète danois*. Pour plusieurs en effet, obtenir une mise en nomination aux *Academy Awards*® et repartir avec la statuette dorée représente le summum du succès dans le milieu cinématographique. Bien que la 69ième nomination de l'ONF à la cérémonie des Oscars, un sommet inégalé par une institution en dehors d'Hollywood, fut couronnée par un douzième Oscar® de l'histoire de l'Office, ce n'est pas tellement les honneurs récoltés par les films de l'ONF qui sont garants d'une année réussie mais plutôt l'impact que nos œuvres audiovisuelles, nos initiatives et nos programmes ont eu sur la vie quotidienne des Canadiens et Canadiennes, sur le milieu cinématographique du pays et même sur la communauté internationale.

En effet c'est lorsque plus de 750 000 jeunes étudiants, après avoir visionné le film *Le poids du monde* relèvent le Défi du Poids du monde et posent des gestes concrets pour lutter contre le surpoids ou que des jeunes mères de Toronto ayant vécu dans la rue présentent au maire de Toronto un plan d'action pour aider les jeunes parents sans adresse fixe suite au projet *I WAS HERE* de *Cinéaste en Résidence* que l'Office est à son meilleur. En combinant engagement social et engagement créatif, l'ONF relève avec succès le défi de mieux faire connaître et comprendre les réalités sociales et culturelles du Canada et de contribuer au rayonnement de ses valeurs. Comme me l'a si bien fait remarquer l'un des auditeurs d'une présentation sur les différents projets novateurs à vocation communautaire de l'Office donnée aux membres de l'industrie de l'audiovisuelle canadienne lors du dernier Festival de la télévision de Banff : Voilà exactement ce que l'ONF doit faire !

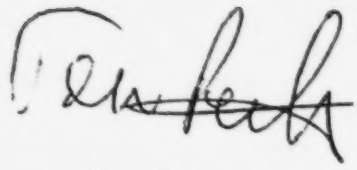
Par le truchement du cinéma, l'Office national du film du Canada a toujours eu comme préoccupation de permettre autant aux Canadiens et Canadiennes d'intervenir directement sur les enjeux de leur communauté respective. Le cinéma socialement engagé est inscrit dans les gènes de l'ONF depuis ses premières années. Beaucoup d'initiatives des dernières années se situent dans la parfaite lignée de la vision créatrice des débuts de l'ONF. En effet, l'institution a toujours eu pour but de présenter non seulement des œuvres audiovisuelles innovatrices, pertinentes et audacieuses, mais également que ses films soient des outils favorisant la participation active des citoyens et citoyennes d'un océan à l'autre. Des sites comme Parole citoyenne / Citizen shift, plateformes de l'ONF vouées à la production médiatique engagée sur le plan communautaire, et le programme *Cinéaste en résidence (Filmmakers in residence)*, le plus récent effort de l'ONF pour rejoindre les diverses communautés et remettre dans les mains des citoyens le processus de création, s'inspirent allègrement du programme Société Nouvelle /Challenge for change des années 70 et 80. Et les différents programmes destinés spécifiquement aux personnes handicapées, aux autochtones et aux membres de diverses communautés culturelles reflètent la même volonté d'offrir à chacun, peu importe son arrière-plan, l'opportunité de faire entendre sa voix tout comme plusieurs films de l'ONF ont contribué

largement à donner aux Canadiens et Canadiennes (cinéastes et auditoires) l'occasion de créer, de partager et de voir leurs histoires à l'écran.

De nos jours, les nouvelles technologies permettent à l'ONF de se réapproprier l'espace public et d'offrir de nouvelles avenues afin de mieux desservir les multiples collectivités qui composent la société canadienne. En posant dès maintenant les assises qui lui permettront d'utiliser les nouvelles technologies de productions et les nouvelles plateformes de diffusions pour faire avancer des projets avant-gardistes et novateurs, l'ONF s'assure que ses productions audiovisuelles demeureront pertinentes et accessibles à tous les publics, dans l'ensemble des provinces et territoires canadiens. L'ONF entend demeurer un acteur aussi essentiel à l'ère numérique qu'il ne l'était du temps où ses projectionnistes ambulants allaient de village en village pour organiser des visionnements publics.

En terminant, j'aimerais chaleureusement remercier M. Jacques Bensimon qui fut le 14ième Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'ONF entre 2001 et 2006. La vision et le leadership exceptionnel de Jacques ont donné à l'Office un nouvel essor et un nouveau dynamisme à l'innovation et à la création d'œuvres audiovisuelles innovatrices de qualité au sein de l'institution. Je voudrais également souligner l'excellent travail de M. Claude Joli-Cœur alors qu'il assurait le poste de commissaire par intérim de décembre 2006 à juin 2007. Son dévouement pour l'Office et sa passion du milieu cinématographique canadien ont contribué au bon déroulement des activités de l'institution entre le départ de M. Bensimon et mon arrivée à la barre de l'ONF.

Depuis plus de soixante-cinq ans, la passion, la créativité et le professionnalisme des employés et des partenaires de l'ONF ont permis que celui-ci devienne une institution-phare dans le milieu cinématographique canadien jouissant d'une réputation enviable à l'échelle internationale. Le même esprit d'innovation et d'avant-gardisme des pionniers de l'ONF se retrouve toujours au sein de l'organisation et permettra à l'Office de demeurer un lieu de création unique au service de tous les Canadiens et Canadiennes.



Tom Perlmutter
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada

Déclaration de la direction

Je soumets, aux fins de dépôt au Parlement, le Rapport ministériel sur le rendement (RMR) de 2006-2007 de l'Office national du film du Canada.

Le présent document a été préparé conformément aux principes de présentation des rapports énoncés dans le *Guide de préparation de la Partie III du Budget des dépenses 2006-2007 : Rapports sur les plans et les priorités et Rapports ministériels sur le rendement*:

- Il est conforme aux exigences précises de déclaration figurant dans les lignes directrices du Secrétariat du Conseil du Trésor;
- Il repose sur le résultat(s) stratégique(s) et sur l'architecture des activités de programme du ministère approuvés par le Conseil du Trésor;
- Il présente une information cohérente, complète, équilibrée et fiable;
- Il fournit une base pour la reddition de comptes à l'égard des résultats obtenus avec les ressources et les autorisations qui lui sont confiées.
- Il rend compte de la situation financière en fonction des montants approuvés des budgets des dépenses et des Comptes publics du Canada.

Luisa Frate

_____

Nom : Luisa Frate, c.a.

Titre : Directrice, Administration

Renseignements sommaires

Raison d'être de l'Office national du film

Mandat – L'Office national du film du Canada a pour mandat de « *susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et de promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des producteurs et productrices de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner* ».

Mission – La mission de l'ONF consiste à *produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes qui reflètent la diversité culturelle et qui présentent au Canada et au monde un point de vue authentiquement canadien.*

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution qui détient une imposante collection de films, un laboratoire de conservation, ainsi que des installations de postproduction et de recherche et développement à son bureau central, à Montréal. Le service des relations gouvernementales exerce ses activités à partir d'Ottawa, tandis que les directions Marketing et Communications, Distribution, Relations d'affaires et Services juridiques, Planification stratégique et relations gouvernementales, Ressources humaines et Administration sont majoritairement situées à Montréal.

L'ONF est un centre de création d'œuvres audiovisuelles unique en son genre. Ses œuvres sont produites dans les deux langues officielles. L'Office national du film du Canada possède des centres de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton et Halifax, un bureau de production à Québec et deux centres de consultation, dont un à Montréal et l'autre à Toronto.

Avantages pour la population canadienne et pour le monde

Dans son rapport *Rendement Canada 2006*[1], le gouvernement du Canada rapportait que « Les Canadiens affirment que pour eux, une culture canadienne vigoureuse est importante et ils demandent donc au gouvernement de faire en sorte, en dépit d'un marché culturel de petite taille, que les conditions propices à l'enracinement de la culture canadienne soient développées. Ils veulent des choix canadiens qui reflètent la créativité et le talent canadiens, la dualité linguistique, la diversité multiculturelle et la place spéciale que les peuples autochtones occupent au sein de leur société. » L'ONF est un instrument de choix du gouvernement canadien pour

[1] Conseil du Trésor, *Le rendement Canada 2006 : la contribution du gouvernement du Canada*, Ottawa, 2006, p.43

répondre aux attentes des Canadiens et Canadiennes. L'Office est un lieu exceptionnel de création, dont le mandat est de produire et de distribuer des films et d'autres documents audiovisuels pour des auditoires canadiens et les marchés étrangers, dans le but de mieux faire connaître et comprendre les réalités sociales et culturelles du Canada et de contribuer au rayonnement de ses valeurs. L'ONF offre aux Canadiennes et aux Canadiens des œuvres au pouvoir transformateur, qui parlent des réalités de la vie quotidienne avec éloquence. Qu'il s'agisse d'examiner des situations contemporaines ou d'effectuer un retour sur des pages de l'histoire du pays, l'ONF a continué à favoriser l'expression de valeurs qui définissent les citoyens d'un océan à l'autre et fondent les façons dont les Canadiens choisissent de vivre ensemble. Les efforts constants de l'Office en vue de soutenir la relève, particulièrement au sein des diverses communautés ethnoculturelles, et de donner aux jeunes cinéastes les moyens d'articuler leur vision des réalités canadiennes ont été récompensés par des œuvres marquantes qui n'ont de cesse d'élargir et de renouveler les perspectives de chacun.

Grâce à l'application de nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel, l'ONF a su développer divers réseaux de distribution traditionnels et virtuels qui rendent sa production cinématographique et sa collection, véritable mémoire de la collectivité canadienne, encore plus accessible aux Canadiens et Canadiennes de toutes les provinces.

Total des ressources financières du ministère (en milliers de $)

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
64 839	71 221	68 436

Total des ressources humaines du ministère

Prévues	Total des autorisations	Réelles
500	500	486

Lien aux secteurs de résultats du gouvernement du Canada

L'Office national du film du Canada est une agence culturelle relevant du ministère du Patrimoine canadien. Il soutient le ministère dans sa mission de faire de notre pays un lieu stimulant où règne la cohésion et un lieu où tous les Canadiens peuvent participer à la vie culturelle et sociale. L'agence culturelle contribue directement à la réalisation des deux résultats stratégiques du ministère[2] :

- les Canadiens et Canadiennes réalisent des expériences culturelles variées et les partagent entre eux et avec le monde;
- les Canadiens et Canadiennes vivent dans une société ouverte à tous, fondée sur la compréhension interculturelle et la participation des citoyens.

Ces deux résultats stratégiques sont à leur tour intrinsèquement reliés aux objectifs du gouvernement du Canada ayant trait à la consolidation des fondements sociaux du Canada. Il est question ici d'une société inclusive qui favorise la dualité linguistique et la diversité ainsi qu'une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.

Alignement avec les priorités du gouvernement

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, l'ONF contribue directement à la réalisation des priorités du gouvernement fédéral. Par différentes initiatives concrètes au sein de l'organisation et de l'industrie privée ainsi que par ses productions cinématographiques originales reflétant les grandes préoccupations des Canadiens et Canadiennes, l'ONF assiste le gouvernement fédéral dans la réalisation des priorités suivantes :

a. La protection environnementale

Le gouvernement s'est engagé à prendre des mesures pratiques pour améliorer l'environnement et adopter des normes environnementales strictes, notamment pour améliorer la qualité de l'air, réduire la pollution et s'attaquer aux émissions de gaz à effet de serre. La sensibilisation aux questions environnementales n'est pas étrangère à l'ONF qui a produit, au fil des ans, de nombreux films sur le sujet.

Initiatives

- L'ONF a supporté financièrement et activement le projet Green Code, une initiative d'un groupe de plus en plus important de cinéastes canadiens et étrangers, de partenaires de l'industrie des médias, de chercheurs et d'environnementalistes qui ont uni leurs efforts pour chercher, élaborer, lancer et établir un code vert pour l'industrie cinématographique.

[2] Patrimoine canadien, *Rapport sur les plans et les priorités*, Ottawa, 2006, p. 12

Dans sa forme la plus simple, le projet Green Code est un ensemble de mesures – lignes directrices, normes, principes et pratiques – prises volontairement par l'industrie du cinéma pour favoriser la durabilité de l'environnement.

- L'ONF a également mis sur pied un comité vert ayant pour but de sensibiliser les employés de l'ONF aux questions environnementales.

Films sur le sujet produits en 2006-2007 par l'ONF

- *Manufactured Landscapes, Les réfugiés de la planète bleue, La Planète blanche;*

b. La sécurité :

Le gouvernement s'est engagé à mieux protéger les Canadiens et les Canadiennes en faisant de la prévention contre le comportement criminel et en aidant les collectivités à offrir des perspectives d'avenir aux jeunes et à mettre fin au cycle de violence qui détruit tant de vies et de collectivités.

L'ONF produit, dans les deux langues officielles, un contenu audiovisuel canadien sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays, qui s'intéressent, entre autres, aux sources de la violence dans nos sociétés. De plus, des initiatives comme **Vidéo Paradiso** et **Racisme au travail** encouragent avec succès la participation des jeunes et des moins jeunes et leur fournissent un moyen d'expression original pour partager leurs réalités.

Initiatives

- Le programme **Vidéo Paradiso**, auquel l'ONF a collaboré entre 2004 et 2007, est un studio ambulant de formation et de création audiovisuelle pour les jeunes marginaux des centres urbains de Montréal et de Québec. Tout en apprivoisant la caméra, les jeunes cinéastes documentent leur réalité de l'intérieur : une façon de faire entendre leurs voix, de briser le silence.
- Le projet **Racisme au travail** s'attaque à la question du racisme en milieu de travail. Ce projet comprend trois éléments principaux, soit la réalisation par des cinéastes de la diversité issus de toutes les régions du Canada, de cinq courts métrages traitant de la question du racisme en milieu de travail, une compilation DVD (en anglais et en français) des films produits et de suppléments et la création de deux sites Internet « Racisme au travail/Racism at work »

Films sur le sujet produits en 2006-2007 par l'ONF

- *Récit d'une médiation, Finding Dawn*

c. Un Canada uni chez lui et respecté à l'étranger :

Le gouvernement s'est engagé à promouvoir les valeurs et les intérêts que partagent les Canadiens et Canadiennes. De manière plus générale, le gouvernement s'est engagé à promouvoir et à défendre à l'étranger les valeurs qui sont fondamentales pour le Canada : la liberté, la démocratie, la primauté du droit et les droits de la personne.

L'ONF produit des œuvres cinématographiques novatrices et percutantes qui véhiculent les valeurs canadiennes ici et dans le monde. Par le biais de ses documentaires ou films d'animation, l'ONF est un instrument de choix pour transmettre les valeurs fondamentales de notre pays.

Initiatives

- Élaboration d'une entente avec le gouvernement haïtien en vue d'offrir une collection de films documentaires, de fiction et d'animation qui enrichiront la programmation de la télévision nationale et des autres télévisions en Haïti. La mission de l'ONF aura également comme objectif d'évaluer la mise en place des projets structurants de formation en cinéma, qui utilisent le cinéma comme outil social.

Films sur le sujet produits en 2006-2007 par l'ONF

- *Souvenirs of Canada, Chroniques afghanes, The Bicycle: Fighting AIDS with Community Medicine*

d. Les immigrants et les Autochtones

Le gouvernement canadien s'est engagé à améliorer les possibilités pour tous les Canadiens, notamment les Autochtones et les nouveaux arrivants.

L'ONF joue un rôle unique dans la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles réalisées par les membres de ces communautés ethnoculturelles et autochtones. De plus, plusieurs initiatives de l'agence fédérale ont été créées spécifiquement pour rejoindre les membres de diverses communautés autochtones et ethnoculturelles.

Initiatives

- **First Stories** est un programme de formation destiné aux cinéastes autochtones de la relève. Cette initiative permet à des jeunes cinéastes autochtones du Manitoba, de la Saskatchewan et du Nord de suivre une série de séminaires intensifs au terme desquels ils sont invités à déposer des propositions de court métrage portant sur des enjeux sociaux.

- **Wapikoni Mobile** est un studio de production cinématographique ambulant imaginé par la cinéaste Manon Barbeau, et appuyé par l'ONF, qui va à la rencontre des jeunes Autochtones. Ces derniers sont initiés aux techniques de production et signent leurs premiers films ou clips sonores.

Films sur le sujet produits en 2006-2007 par l'ONF

- *Wabanaki, Qallunaat! Why White People Are Funny, Apples and Indians, Wapos Bay, Series.*

e. Les soins de la santé

Le gouvernement canadien s'est engagé à offrir des soins de santé de qualité en temps opportun. Au cours des années, l'ONF a produit de nombreux films abordant la thématique du système de santé au Canada et soulevant les répercussions de maladies autant mentales que physiques sur les Canadiens et Canadiennes. De plus, l'ONF a été l'instigateur de plusieurs initiatives visant à déceler et à encourager le talent de personnes handicapées.

Initiatives

- Lancé en 2006, le projet **Cinéaste en résidence (Filmmaker in Residence – FiR)**, un partenariat sans précédent entre l'ONF et l'hôpital St-Michael, situé dans un quartier défavorisé de Toronto, donne la parole aux intervenants sociaux et aux professionnels de la santé.
- Le **programme de stages en création médiatique de l'ONF et de l'ACPFT** est le tout premier programme national de formation visant à faciliter l'intégration des personnes handicapées dans l'industrie du cinéma et de la télévision. Il offre à des Canadiennes et Canadiens handicapés - cinéastes, producteurs et autres - une formation en cours d'emploi dans les secteurs du cinéma et de la télévision. Jusqu'à cinq stagiaires seront encadrés par des maisons de production indépendantes membres de l'ACPFT et ayant une entente de développement ou de coproduction avec l'ONF.

Films sur le sujet produits en 2006-2007 par l'ONF

- *La peau et les os, après..., The Interventionists: Chronicles of a Mental Health Crisis Team, Flight from Darkness, Unspeakable.*

Priorités de l'Office national du film du Canada

Résultat stratégique

Produire et rendre accessibles des œuvres audiovisuelles pertinentes, ambitieuses et innovatrices qui offrent aux Canadiens et aux Canadiennes une meilleure compréhension du Canada et du monde.

Lien aux secteurs de résultats du gouvernement du Canada :

Une société diversifiée qui favorise la dualité linguistique et l'inclusion sociale.

Activité de programme : production d'œuvres audiovisuelles			**2006-2007**	
Priorités	**Résultats prévus**	**Sommaire du rendement**	**Dépenses prévues (en milliers de $)**	**Dépenses réelles (en milliers de $)**
1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. 2. Renforcer la production de longs métrages documentaires et développer une approche cohérente des productions courts métrages 3. Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus	• 85% de la programmation de l'ONF touchera des enjeux sociaux; • La programmation se caractérisera par la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias; • Le développement et le perfectionnement continus de nouveaux talents;	Satisfait à toutes les attentes Satisfait à toutes les attentes Continu	47 103$	45 847$

des milieux autochtones ou de milieux culturels divers. 4. Favoriser les partenariats par les coproductions. 5. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie. 6. Maintenir le développement de coproductions internationales.	▪ Le maintien du nombre de coproductions nationales et internationales; ▪ Les projets produits seront innovateurs par leur contenu, leur forme et leur diffusion; ils feront place à l'expérimentation; ▪ Le maintien du nombre de coproductions internationales.	Satisfait à toutes les attentes Satisfait à toutes les attentes Satisfait à toutes les attentes		
Activité de programme : distribution d'œuvres audiovisuelles			**2006-2007**	
Priorités	**Résultats prévus**	**Sommaire du rendement**	**Dépenses prévues (en milliers de $)**	**Dépenses réelles (en milliers de $)**
7. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. 8. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.	▪ Augmenter notre chiffre d'affaires et nos revenus pour l'ensemble de nos marchés et territoires; ▪ Acquérir un plus grand nombre de productions complémentaires au catalogue de l'ONF; ▪ Renforcer l'image de marque de la distribution de l'ONF.	Satisfait à toutes les attentes Satisfait à toutes les attentes Continu	2 370$	3 134$

Activité de programme : accès aux œuvres audiovisuelles et au développement des réseaux			**2006-2007**	
Priorités	**Résultats prévus**	**Sommaire du rendement**	**Dépenses prévues (en milliers de $)**	**Dépenses réelles (en milliers de $)**
9. Maintenir, favoriser et accroître la conservation et l'accès équitable à la collection de l'ONF – dans les nouveaux formats numériques émergents.	▪ Améliorer l'accès à la collection de l'ONF par l'entremise de ses différentes activités et outils, notamment, ses médiathèques et ses autres ressources; continuer la numérisation de la collection de l'ONF;	Satisfait à toutes les attentes	11 726$	12 608$
10. Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada.	▪ Favoriser la participation citoyenne par des projections publiques ou d'autres moyens jugés appropriés;	Satisfait à toutes les attentes		
11. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les réseaux d'apprentissage.	▪ Améliorer la qualité de la présence de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;	Continu		
12. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.	▪ Augmenter la reconnaissance de marque de l'ONF dans les télédiffusions; augmenter la reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproductions; maintenir une image de marque réputée et prisée;	Continu		
	▪ Assurer une présence soutenue des productions de l'ONF dans les divers réseaux communautaires et éducatifs au Canada;	Continu		
	▪ Augmenter la couverture de presse et la			

	visibilité de l'ONF dans les médias.	Continu		
Activité de programme : services de recherche et de conseil			**2006-2007**	
Priorités	**Résultats prévus**	**Sommaire du rendement**	**Dépenses prévues (en milliers de $)**	**Dépenses réelles (en milliers de $)**
13. Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement afin de repositionner l'ONF comme chef de file, avec ses partenaires et dans le milieu cinématographique canadien. 14. Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets. 15. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes.	▪ Un effort appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie en audiovisuel. ▪ Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie.	Satisfait à toutes les attentes Continu	3 640$	6 847$

Contexte de l'Office national du film du Canada

L'Office national du film du Canada est un lieu exceptionnel de création, dont le mandat est de produire et de distribuer des films et d'autres documents audiovisuels pour des auditoires canadiens et les marchés étrangers, dans le but de mieux faire connaître et comprendre les réalités sociales et culturelles du Canada et de contribuer au rayonnement de ses valeurs.

Environnement d'affaires internes

Fin du terme du commissaire et président

Le 18 décembre 2006 marquait la fin du mandat de cinq ans de M. Jacques Bensimon à la tête de l'ONF. Pendant le processus de sélection d'un nouveau commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada (ONF), M. Claude Joli-Cœur, directeur des Relations d'affaires et services juridiques de l'Office national du film, a agit comme commissaire intérimaire du 19 décembre 2006 au 11 juin 2007, date à laquelle le 15e commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada (ONF), M. Tom Perlmutter, est entré en fonction.

Fin du *Plan stratégique 2002-2006*

L'année 2006-2007 marquait non seulement la fin du terme du précédent commissaire, mais également la dernière année du plan stratégique quinquennal de 2002-2006. Au cours des cinq dernières années, l'ensemble des activités de l'ONF visait à le repositionner en tant que partenaire essentiel dans un environnement cinématographique national et international en constant changement. Le nouveau commissaire en consultation avec le conseil d'administration, les employés de l'ONF et les principaux partenaires stratégiques de l'institution devrait entreprendre la production du prochain plan stratégique de l'ONF dès l'automne 2007.

Restructuration

Parmi les changements apportés au sein de ses différentes directions, deux réaménagements auront eu un impact particulier sur les façons dont l'organisme réalise ses activités.

Le Programme français a mené à bien une importante refonte. Sa structure organisationnelle a été adaptée de façon à mieux refléter ses responsabilités. Ses activités sont désormais regroupées au sein de trois grands secteurs de production, chacun placé sous la responsabilité d'un producteur exécutif : Animation, Québec et Régions (studios Acadie et Ontario et Ouest), ce qui a notamment permis de renforcer la structure de programmation francophone hors Québec. En leur sein, les responsabilités ont été partagées de façon à favoriser le développement et le partage d'expertises : un poste de producteur, multiplateforme, a notamment été créé afin de tirer parti des occasions offertes par ce domaine en émergence.

L'année 2006-2007 a aussi été marquée par le regroupement des activités de mise en marché et de communications au sein d'une seule direction, Marketing et communications, et par l'implantation d'une nouvelle structure de gestion. L'intégration de ces deux services a entraîné une réorganisation majeure et de nouveaux processus de travail ont été mis en place. Par ce biais,

l'ONF a grandement amélioré sa capacité à rejoindre ses différents publics, avec une plus grande cohérence, et s'est doté d'outils pour consolider sa présence dans plusieurs secteurs clés de la société, contribuant ainsi à l'atteinte des objectifs de visibilité fixés dans le *Plan stratégique 2002-2006*. Ces nouvelles façons de procéder permettent également d'optimiser les ententes passées avec différents partenaires institutionnels, dans le cadre desquelles il est désormais plus facile d'inclure divers produits et activités.

Environnement d'affaires externes

Attentes du gouvernement

L'ONF rend des comptes au ministère du Patrimoine canadien, chargé d'administrer la *Loi sur le cinéma* qui régit ce dernier. Cet organisme canadien à vocation culturelle est financé principalement par des crédits parlementaires, par les revenus tirés de la vente de ses produits et par des redevances.

Le gouvernement du Canada a fait de la saine gouvernance des institutions gouvernementales et du rétablissement de l'imputabilité une priorité de son mandat électoral. La *Loi fédérale sur la responsabilité* propose des mesures précises qui visent à accroître la responsabilisation, la transparence et la surveillance des activités gouvernementales. De plus, le cadre de responsabilisation de gestion énonce la liste des attentes concernant la gestion moderne de la fonction publique afin d'assurer un rendement organisationnel supérieur.

L'analyse et la conformité aux exigences gouvernementales en matière de bonne gestion est un processus continuel chez cet organisme à vocation culturelle, de même qu'une priorité organisationnelle. L'ONF maintient des pratiques d'affaires qui favorisent la bonne gouvernance, l'imputabilité et assure le lien de confiance avec la population canadienne. Il s'est assuré que toutes ses activités respectent ou excèdent les plus hauts standards dans ces domaines.

Profil de la production cinématographique et télévisuelle au Canada

Le plus récent rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada, *Profil 2007*, rapportait que la production cinématographique et télévisuelle dans son ensemble avait augmenté de 5,8% pour se chiffrer à 4,8 milliards de dollars. La production cinématographique canadienne, composée des longs et courts métrages d'abord présentés au public dans les salles de cinéma, a grimpé de 75,6% en 2005-2006 par rapport à l'année précédente, ce qui en a porté la valeur à 323 millions de dollars. Cette hausse survient après avoir expérimenté une forte régression en 2003-2004 et 2004-2005. En tout, 80 films destinés aux salles de cinéma ont été réalisés au Canada, soit 76 longs métrages et 4 courts métrages.[3] La hausse du volume de production cinématographique s'explique principalement par l'augmentation du nombre de productions à budget plus élevé dans le long métrage de fiction

[3] Groupe Nordicité, *Profil 2007 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, Ottawa, février 2007.

ainsi que par la reprise des activités de production étrangère. Cependant, le nombre de coproductions officielles avec l'étranger a continué sa chute avec une réduction de 177 millions de dollars en 2005-2006. Le marché des préventes à l'étranger est également à la baisse après avoir connu des années exceptionnelles dans les années 1990. La valeur d'exportation de la production cinématographique canadienne[4] a triplé pour se chiffrer à 88 millions de dollars.

La production cinématographique et télévisuelle a été la source de 124 300 emplois équivalents temps plein dont plus de 8 600 emplois directs et indirects grâce au secteur de la production cinématographique seulement. Le PIB réel attribuable au groupe des industries du film et de la vidéo a augmenté de 1,5% en 2005-2006.

Un des principaux risques auquel fait face l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle au Canada est la hausse constante des coûts de production combinée à la stagnation du financement public et privé. En effet, la haute définition, l'interactivité et la mise en forme que nécessitent les nouvelles plateformes de distribution font monter les coûts alors que les nouveaux apports financiers sont très minimes. Ces deux facteurs entraînent donc une baisse de production. Avec la fragmentation des marchés, l'investissement étranger dans le domaine cinématographique et audiovisuel au Canada ainsi que les préventes internationales sont à la baisse. Ces facteurs privent les producteurs d'importantes sources de revenus et rehaussent l'importance des divers programmes gouvernementaux pour le financement de productions audiovisuelles.

Tous ces éléments affectent non seulement les producteurs privés, mais ont également une incidence sur les opérations de l'Office national du film.

Le genre documentaire

La réputation d'excellence du Canada dans le genre documentaire n'est plus à faire, ces derniers étant souvent primés pour l'éloquence de leur caractère social. Le volume total de production de documentaires a continuellement augmenté depuis le début des années 2000 et s'établissait à 383 millions de dollars à la fin du dernier exercice. La majorité des documentaires produits l'étaient premièrement pour le marché de la télévision.

Bien que la vaste majorité des œuvres cinématographiques canadiennes tournées pour le cinéma soient des œuvres de fiction, 3% de celles-ci étaient des documentaires totalisant 11 millions de dollars. Ces résultats expliquent que seulement 5 des 80 œuvres cinématographiques destinées aux salles étaient des documentaires. Depuis 2003-2004, il y a eu une régression constante du volume de production pour le documentaire canadien, passant de 24 millions en 2003-2004 à 11 millions en 2005-2006, ce qui explique la baisse de 50% du nombre de documentaires destinés au cinéma entre 03-04 et 05-06. À la lumière de l'augmentation de l'intérêt à l'échelle mondiale pour le genre documentaire depuis le succès de films tels que *Bowling for Columbine* ou the

[4] Dans le rapport Profil 2007, la valeur d'exportation de la production cinématographique canadienne se définie comme la mesure de l'apport étranger à l'industrie canadienne de la production. L'expression «valeur d'exportation » est utilisée de préférence au terme «exportation», car elle permet de mieux refléter la nature de la production cinématographique et télévisuelle canadienne.

Inconvenient Truth, et des œuvres canadiennes comme *Les voleurs d'enfance* et *Manufactured Landscapes* ces chiffres semblent à première vue surprenants. Cependant, le financement du long métrage documentaire ne bénéficiait pas d'autant de ressources dans le passé que celui des œuvres de fiction. Téléfilm Canada a inscrit en 2006-2007, à titre exceptionnel, ce genre parmi ceux soutenus par le Fonds du long métrage du Canada. L'industrie du documentaire estime qu'il faut un budget de plus d'un million de dollars pour réaliser un long métrage documentaire et assumer la publicité nécessaire pour accroitre l'auditoire pour ce type de film. Selon les conclusions de l'industrie du documentaire « si on veut en faire (le documentaire) un élément permanent du cinéma canadien –et perpétuer ainsi la longue tradition d'excellence dont jouit le pays dans ce genre cinématographique, il faut établir un programme (de financement) spécial qui pourra soutenir la production d'une liste de films chaque année.[5]»

Dans un pareil contexte, l'ONF souligne l'importance du genre documentaire pour l'industrie cinématographique canadienne et prend des mesures concrètes pour soutenir la création d'œuvres canadienne. Il joue un rôle unique et essentiel dans la distribution de documentaires, entre autres, en distribuant les films qu'il produit, coproduit et distribue pour le compte des producteurs indépendants. L'ONF met à la disposition de l'industrie un savoir-faire unique qui allie créativité et innovation technologique. L'Office a fait des documentaires d'opinion une de ses priorités opérationnelles, car la population veut voir des films qui l'aident à mieux comprendre les enjeux qui la touchent. Les documentaires de l'ONF sont un outil important pour favoriser la réflexion au sein de la population canadienne et des divers intervenants des milieux politiques, économiques et sociaux.

La transition au numérique

Le 17 mai dernier, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) modifiait sa réglementation à l'égard des télédiffuseurs conventionnels et fixait au 31 août 2011 la date à laquelle les télédiffuseurs canadiens devront diffuser uniquement des signaux en mode numérique. Dans son avis public, le CRTC constatait que la transition à la télédiffusion numérique/HD progressait lentement au Canada – surtout par rapport aux États-Unis qui a fixé au 17 février 2009 la fin de la transmission en mode analogique de tous les signaux de la télévision en direct. Pour leur part, les États membres de l'Union européenne ont entre 2008 et 2012 pour passer de la transmission analogique à la transmission numérique. Au Royaume-Uni, la suppression du service analogique commencera en 2008 et tout service analogique aura cessé avant 2012[6].

Le Conseil a aussi expliqué qu'il craignait que les téléspectateurs canadiens ne puissent avoir accès qu'à une faible quantité d'émissions canadiennes en HD. Ces derniers pourraient alors se tourner vers des services étrangers, avec pour corollaire la possibilité qu'il soit difficile de les réorienter vers des services canadiens même lorsque ceux-ci proposeront un plus grand nombre d'émissions canadiennes en HD.[7]

---

[5] Idem, p. 6.
[6] Garry Sears, William Murray et Deborah Drisdell, *La production numérique au Canada*, 2006, p. 9.
[7] Avis public de radiodiffusion CRTC 2007-53.

À titre de producteur public, l'ONF doit se préparer bien avant qu'une date d'arrêt ne soit fixée au Canada. Pour être prêt en 2009-2010, il doit produire tous ses documentaires et films d'animation en HD d'ici 2008-2009, puisque le cycle de production dure environ 18 mois.

De nouvelles plateformes de diffusion

Grâce à la numérisation, les Canadiens et Canadiennes peuvent, où qu'ils se trouvent, regarder films et émissions de télévision sur le support et sur la plateforme de leur choix : DVD, baladeur numérique, lecteur de vidéo mobile, diffusion Web ou autre. Même si la révolution numérique offre des possibilités extraordinaires aux maisons de production et aux distributeurs, elle pose aussi d'énormes difficultés. L'ONF se prépare à cette révolution depuis quelques années déjà en créant des partenariats et en menant des recherches sur la qualité de l'image, les modes de transfert innovateurs, l'accessibilité et la diffusion en vue de la transition vers la technologie numérique.

Durant les prochaines années, la multiplication des formats numériques posera de nombreux défis à l'ONF. La HD deviendra le format de tournage, de télédiffusion et de distribution incontournable sur les marchés canadiens et étrangers. Sans capacité de production HD et de distribution numérique sur plateformes multiples, l'Office mettrait en péril son mandat et ses activités de distribution, et ses revenus pourraient accuser une forte baisse.

L'ONF doit rapidement adapter sa chaîne de production, ses stratégies de distribution et les méthodes de gestion de sa collection pour s'assurer de satisfaire aux objectifs de son programme et conserver son rôle de chef de file auprès de ses partenaires et de la population canadienne. Toutefois, les coûts sont importants pour l'industrie privée comme pour l'organisation. Cette transition représente un défi de taille.

SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Résultat stratégique

Le résultat stratégique de l'ONF consiste à produire et à rendre accessibles des œuvres audiovisuelles pertinentes, ambitieuses et innovatrices, qui offrent aux Canadiens et aux Canadiennes une meilleure compréhension de leur pays et du monde.

Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles

L'Office national du film produit des œuvres audiovisuelles pertinentes sur les plans social et culturel qui abordent les grands sujets de préoccupation des Canadiens et Canadiennes. Ces activités de production comprennent la conceptualisation, la recherche, l'élaboration, la production proprement dite et le marketing social de documentaires, films d'animation, contenu nouveaux médias ou autres nouvelles formes audiovisuelles.

De par ses activités de production, l'ONF joue un rôle important dans la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et des créateurs. Il appuie ainsi les cinéastes, ce qui fait de lui un incubateur de nouveaux talents. De plus, il remplit son mandat national et international qui est de « produire, distribuer et promouvoir des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations. »

RMR 2006-2007 (selon l'AAP)	
Activités	**Priorités**
Production : Une programmation d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.	1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. 2. Renforcer la production de longs métrages documentaires et développer une approche cohérente des productions courts métrages. 3. Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers. 4. Favoriser les partenariats par les coproductions. 5. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie. 6. Maintenir le développement de coproductions internationales.

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
47 103	50 890	45 847

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
275	275	221

Les priorités

1. **Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.**

- **Résultat prévu :**
  85 % de la programmation de l'ONF portera sur des enjeux sociaux;
  - **Indicateurs :**
    - ✓ Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;
    - ✓ Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet);
    - ✓ Participation de la population canadienne.

Résultat prévu :

85 % de la programmation de l'ONF portera sur des enjeux sociaux;

Le mandat principal de l'ONF consiste à produire des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs, de la diversité et de la richesse des communautés du pays, et ce, pour le plus grand bénéfice des Canadiens et des Canadiennes. Les œuvres documentaires, d'animation et de fiction produites par l'ONF utilisent des technologies innovatrices et des formats de production variés. Elles sont des outils d'accroissement de connaissance, d'éducation, d'innovation sociale et de participation des diverses communautés qui composent le Canada. Plus de 85% de la programmation 2006-2007 portait sur de grands enjeux contemporains nationaux et internationaux.

Indicateurs :

Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF

Sujets traités en 2006-2007
➢ Adolescence ➢ Agressions sexuelles ➢ Ainés ➢ Anorexie ➢ Autochtones ➢ Culture arabe ➢ Économie canadienne ➢ Environnement ➢ Handicaps physiques et mentaux ➢ Identité canadienne ➢ Immigration ➢ Racisme ➢ Santé ➢ Sport ➢ Tabagisme ➢ Violence conjugale ➢ etc.

Tout au long de son cycle de planification stratégique, l'ONF s'est mobilisé afin de produire des œuvres audiovisuelles sur des grands enjeux qui sont au cœur des préoccupations des citoyennes et des citoyens. L'année 2006-2007 ne fait pas exception puisque divers sujets d'intérêt public ont été abordés dans les productions cinématographiques réalisées au cours de cette période. Les 127 productions originales et coproduites abordent autant de sujets différents et de points de vue variés reflétant les réalités vécues au Canada et à l'étranger.

Que ce soit les nombreux obstacles rencontrés par les personnes à mobilité réduite tels qu'illustrés par la course à la mairie de Vancouver de Sam Sullivan dans *Citizen Sam* en passant par la démarche de sensibilisation du réalisateur Patricio Enríquez contre les tortures commises au Chili sur l'Esméralda, un bateau d'État, les films de l'ONF offrent une perspective saisissante du monde qui nous entoure. Le rapport annuel 2006-2007 de l'ONF offre une liste complète des œuvres produites par l'Office ainsi qu'une description détaillée des enjeux abordés dans ces films.

Genres utilisés en 2006-2007	nombre	pourcentage
Animation	26	20%
Documentaire	97	76%
Fiction	4	4%
Total	127	100%

Les divers genres cinématographiques privilégiés par l'ONF pour ses œuvres cinématographiques permettent de présenter de diverses façons aux cinéphiles les multiples sujets proposés. Ainsi la cuvée de 26 œuvres des studios d'animation a permis de mettre à la portée de tous, y compris les plus jeunes, les tribulations d'un jeune garçon asthmatique, la difficulté d'avoir deux identités culturelles, la culture autochtone, etc. Bien qu'ayant pour but principal le divertissement, les quatre fictions produites par l'ONF transmettent des messages transformateurs à leur public et permettent de rejoindre un auditoire plus large et moins familier avec d'autres genres cinématographiques. L'ONF jouit d'une réputation internationale dans la production de documentaires d'opinion, aussi il va de soi que ses cinéastes privilégient ce genre dans le but de mieux faire connaître et comprendre les réalités sociales et culturelles du Canada et contribuer au rayonnement de ses valeurs comme le démontre les 97 documentaires produits au sein de l'ONF.

Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet)

Auditoire	2006-2007	2005-2006
Télévision	6 781 000	5 948 000
Visionnement public	145 941	154 563
Internet	3 693 571	4 733 366

L'ONF rejoint les Canadiens de tout âge et de toute origine à travers divers canaux de distribution et diffusion. La télévision demeure un moyen privilégié pour atteindre le public, mais Internet devient de plus en plus crucial, surtout en ce qui concerne les jeunes. Nos films sont également vus par le public dans les cinémas, lors des festivals et de visionnages publics, mais aussi grâce à la vente de nos films par la vidéo sur demande aux consommateurs, aux écoles et aux divers organismes culturels et sociaux.

Auditoire à la télévision

En 2006-2007, 6 781 000 téléspectateurs canadiens ont regardé des films de l'ONF à la télévision, ce qui représente une hausse de 14 % par rapport à l'année précédente. Il faut noter que cette année, l'ONF s'est doté d'un nouveau logiciel qui lui permet de mieux prendre la mesure des auditoires de plus en plus importants des chaînes spécialisées.

Développement et achalandage du site Internet

onf.ca

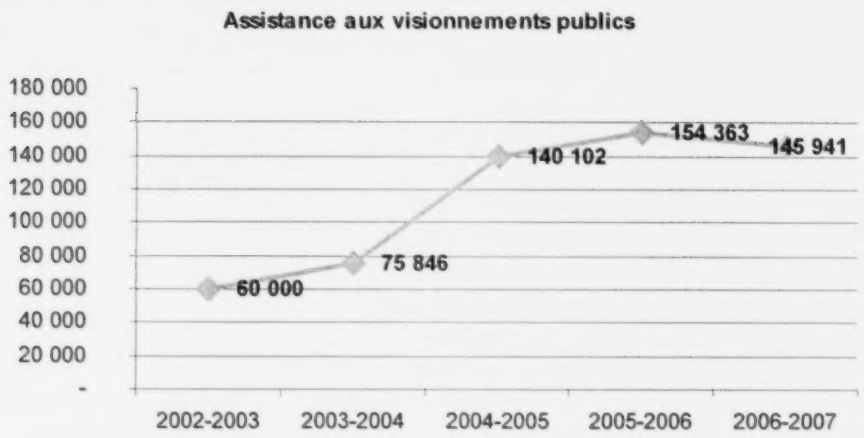
Cette année encore l'achalandage du site Internet de l'ONF a fait bonne figure avec 3 693 571 de visiteurs. Le nombre des sessions d'utilisateurs a également légèrement augmenté pour un total de 42 522 550 pages affichées, soit 522 000 de plus que l'année précédente.

Au total, 30 nouveaux microsites et productions Web ont été mis en ligne sur le site de l'ONF au cours de l'année 2006-2007.

Parole Citoyenne / Citizenshift

L'ONF a également mis en œuvre des initiatives Web novatrices qui permettent aux jeunes et à la population en général de débattre d'enjeux sociaux et politiques. C'est notamment le cas de Parole citoyenne et Citizen*Shift* qui sont les tout premiers forums de discussion qui explorent les multiples possibilités de l'outil Web pour débattre de sujets sociaux. Ces sites sont avant tout des espaces publics et technologiques qui s'engagent à donner la parole aux citoyens.

Participation de la population canadienne



Rendre l'ONF présent dans la vie des gens demeure un défi constant et demande des efforts renouvelés. Afin de développer des liens plus étroits avec la population, l'ONF a poursuivi sa tradition d'organiser des visionnements de ses films dans diverses communautés d'un océan à l'autre.

En plus de visiter des communautés ou groupes spécifiques qui sont directement concernés par certains sujets discutés dans ses films, l'ONF organise également des tournées de projections de

ses films tournant autour d'une thématique précise. Au cours de la dernière année, la principale initiative de visionnement public organisée par l'ONF présentait les grands classiques de Norman McLaren dans plusieurs communautés partout au Canada, dont plusieurs étaient peu desservies par le réseau de distribution commerciale traditionnelle, ainsi que dans les grandes villes des États-Unis et de l'Europe. Cette grande tournée fut également accompagnée d'ateliers d'initiation à l'animation destinés aux enfants qui suscitèrent un engouement certain dans les villes où ils furent offerts.

2. Renforcer la production de longs métrages documentaires et développer une approche cohérente des productions courts métrages.

- **Résultat prévu :**
  La programmation se caractérisera par la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;

Résultat prévu :
La programmation se caractérisera par la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;

Depuis toujours, l'ONF contribue à créer un environnement cinématographique au Canada dans lequel les divers genres et formats de films peuvent s'épanouir et donner la pleine mesure de leurs possibilités. Lors des discussions entourant l'élaboration du plan stratégique précédent, il a été décidé que l'ONF concentrerait ses efforts et ses ressources sur le cinéma d'animation d'auteur et les documentaires qui se démarquent tout en faisant certaines incursions innovatrices dans les formes hybrides et la fiction alternative.

Indicateurs :

Long métrage documentaire

Format du documentaire	**2006-2007**	**%**
Long métrage	18	19%
Moyen métrage	20	20%
Court métrage	59	61%
Total	97	100%

Inspiré par la vision du premier commissaire de l'ONF, John Grierson, et par le développement du cinéma direct dans les années 60 par ses créateurs, l'ONF est un chef de file mondial du documentaire social et engagé. La popularité croissante du long métrage documentaire destiné premièrement au cinéma a renforcé la détermination de l'ONF à explorer le potentiel de ce genre. En 2006-2007, l'ONF a produit 18 longs métrages documentaires (90 minutes ou plus), soit 19% de tous les documentaires produits au cours de l'année.

En tant que producteur public du Canada et champion de longue date du documentaire destiné aux salles, l'ONF s'est joint au programme pilote pour le long métrage documentaire destiné aux salles qui est assorti d'une enveloppe de plus de 2 millions de dollars pour la production et l'achèvement de longs métrages documentaires destinés aux salles de cinéma canadiennes. Le Programme pilote offert en partenariat avec Téléfilm Canada, CBC et Rogers représente pour l'ONF une belle occasion de travailler avec les secteurs public et privé pour renforcer l'industrie canadienne du documentaire et porter davantage de documentaires à l'écran. Le programme répondra aux besoins des deux marchés linguistiques. Mis sur pied en 2005-2006 à titre de projet pilote d'un an, le Programme pilote pour le long métrage documentaire destiné aux salles a contribué au développement et à la production de sept documentaires de langues anglaise et française, ainsi qu'à l'achèvement de six projets de documentaires en anglais et en français provenant de l'ensemble du Canada.

Court métrage

Format des films de l'ONF ***(tous genres confondus)***	**2006-2007**	**%**
Court métrage	88	69%
Moyen métrage	20	16%
Long métrage	19	15%
Total	127	100%

Au cours de la dernière année, l'ONF a entrepris de repenser l'ensemble de ses initiatives de production, de diffusion et de distribution du court métrage. Ce faisant, il reconnaît l'importance de ce format de production, en particulier pour les cinéastes émergents, et l'intérêt croissant qu'il suscite, au Canada comme ailleurs dans le monde.

En outre, dans son désir de valoriser le court métrage sur la scène internationale, l'ONF a établi un partenariat avec le Marché du film du Festival de Cannes, le Short Film Corner afin d'organiser un vaste concours international de courts métrages. Pour la deuxième année, l'ONF a remis au lauréat de la Palme d'or du court métrage, le prix Norman-McLaren, doté d'une bourse et assorti d'une offre optionnelle de distribution internationale ou de coproduction de la prochaine œuvre de l'artiste. La deuxième Compétition en ligne Cannes 2006 présentait pour sa part dix courts métrages en provenance de six pays, sélectionnés parmi près de neuf cents films

inscrits au Short Film Corner. Le film *B is for Bomb*, une production de la documentariste sud-africaine Carey McKenzie, a été choisi par vote du public : le concours a donné lieu à près de 44 000 visionnages, soit une augmentation de 308 % par rapport à l'édition 2005. De plus, l'ONF a commandé une étude sur le court métrage en 2006-2007 qui servira de fer de lance dans l'élaboration d'une stratégie détaillée pour l'année 2007-2008.

3. Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux, assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones et culturels divers.

- **Résultat prévu :**
  Le développement et le perfectionnement continus de nouveaux talents;
  - **Indicateur :**
    - ✓ Diversité à l'écran et en coulisses

Résultat prévu :
Le développement et le perfectionnement continus de nouveaux talents;

L'ONF a toujours investi beaucoup d'énergie à s'ouvrir davantage à la relève, puisqu' il offre un lieu d'apprentissage unique caractérisé par une tradition cinématographique d'une grande richesse. L'Office a toujours aspiré à être un tremplin pour les jeunes talents qui veulent s'investir dans la production et la réalisation de films documentaire et d'animation.

En mettant en œuvre de nombreux programmes et projets de perfectionnement, l'ONF découvre et encourage le talent, consolide le cinéma canadien et favorise l'expérimentation. Son soutien aux cinéastes canadiens se traduit par tout un éventail d'activités offertes à l'échelle du pays. Ce faisant, l'ONF encourage des voix distinctives de partout au pays à se faire entendre.

Les différents programmes et initiatives mis sur pied par l'organisme pour rallier les cinéastes de la relève, dont nombre sont issus de cultures diverses, des minorités de langues officielles et des communautés autochtones, ont fait que pour la deuxième année consécutive, plus de la moitié des productions et coproductions de l'ONF sont aujourd'hui réalisées par des cinéastes de la relève. L'ONF est fier de cet accomplissement et est bien résolu à continuer dans cette voie. Voici quelques initiatives de l'ONF qui ont encouragé la diversité à l'écran et en coulisses.

Indicateur :

Diversité à l'écran et en coulisses

Initiatives pour la relève :

Hothouse 3

Maintenant à sa troisième édition, ce programme favorise l'épanouissement des nouveaux talents, offre une formation complète en cinéma d'animation professionnel et réinvente ce moyen d'expression en concevant des méthodes d'animation plus rapides et plus souples, qui exaltent les formes de métrage les plus courtes tout en maintenant l'excellence sur les plans de la création et de la technologie. Cette année, six cinéastes de la relève ont relevé le défi de passer douze semaines consécutives au Studio d'animation de l'ONF de Montréal pour créer un film de 30 secondes.

Momentum 2006

Il s'agit d'un programme pour la relève qui donne la chance à des jeunes cinéastes d'améliorer leur expertise en recherche, en écriture et en réalisation à travers une série d'ateliers et grâce au mentorat. Ainsi, ils peuvent explorer des méthodes de production innovatrices pour réaliser un film qui correspond aux standards de l'industrie. Ces films sont diffusés sur CBC Newsworld. Pour la troisième année consécutive, les ateliers de formation en documentaire Momentum ont eu lieu au mois de janvier. En février, chaque participant a été suivi par une conseillère pour le développement de son projet. Le concours s'est terminé en mars par la sélection d'un projet de court métrage que l'ONF a produit.

Yukon Vérité

Yukon Vérité est un programme de mentorat destiné aux documentaristes qui en sont à leurs premières armes. Le programme, offert en partenariat avec la Yukon Film Society, consiste en une série d'ateliers participatifs destinés aux personnes intéressées à se lancer en production de film et vidéos, qui possèdent de l'expérience et des aptitudes dans des domaines de créativité connexes.

Huit cinéastes ont été sélectionnés pour participer à des ateliers pratiques intensifs. Tous ont bénéficié de soutien et de mentorat tandis qu'ils produisaient leur premier court métrage, à l'automne 2006.

Initiatives pour les Autochtones :

Wapikoni Mobile

Il s'agit d'un studio de production cinématographique ambulant imaginé par la cinéaste Manon Barbeau, et appuyé par l'ONF, qui va à la rencontre des jeunes Autochtones. Ces derniers sont initiés aux techniques de production et signent leur premier film ou clip sonore. En 2006-2007, 8 communautés autochtones ont été visitées par l'équipe des studios volants de *Wapikoni*. Depuis les débuts de ce projet, 445 jeunes des communautés autochtones isolées du Québec ont été formés en technologie numérique, 76 courts métrages furent réalisés par ces jeunes Autochtones et treize prix furent décernés à ces films. Plus de 49 projections des œuvres réalisées furent présentées devant un public autochtone et non-autochtone et un total de 64 événements de diffusion dans des festivals, colloques ou autres événements spéciaux furent organisés depuis 2004. En janvier 2006, un premier studio permanent à Wemotaci a été pris en charge par quatre

jeunes autochtones formés dans le studio *Wapikoni* et deux autres studios permanents dans les communautés de Kitcisakik et de Mashteuiatsh ont commencé leurs opérations en 2006-2007.

First Stories

Ce partenariat avec CBC vise à développer les talents et l'expertise d'Autochtones en production cinématographique et télévisuelle. Cette initiative permet à des cinéastes autochtones de la relève du Manitoba, de la Saskatchewan et du Nord de suivre une série de séminaires intensifs au terme desquels ils sont invités à déposer des propositions de court métrage portant sur des enjeux sociaux. Lancé en 2005, *First Stories – Manitoba* a donné à quinze jeunes Autochtones l'opportunité de partager des histoires qui sont importantes pour eux et leur communauté.

Nunavut Animation Lab

Le *Nunavut Animation Lab* est le fruit d'une initiative conjointe de l'ONF, de l'Inuit Broadcasting Corporation, du Banff Centre, du réseau de télévision des peuples autochtones (APTN), du National Screen Institute, de Nunavut Film et du gouvernement du Nunavut. Ce projet a pour but de servir de porte-voix aux cinéastes du Nunavut par le biais d'ateliers, de partage de connaissances et de techniques de pointe et de la création de films d'animation. Les professionnels du cinéma du Nunavut trouvent ainsi le moyen de se faire entendre dans le monde entier grâce aux médias électroniques.

Le premier volet du *Nunavut Animation Lab* s'est clôturé avec succès. Quatre jeunes animateurs d'Iqaluit et Pangnirtung ont été choisis pour poursuivre leur formation et tourner un court métrage d'animation (moins de cinq minutes). Ils ont été retenus parmi les 38 résidents du Nunavut qui ont participé aux ateliers intensifs donnés en février à Cape Dorset, Iqaluit et Pangnirtung. Ces ateliers avaient pour but d'initier les artistes de la relève et les cinéastes chevronnés aux dernières techniques d'animation faisant appel à du matériel hautement perfectionné. Les quatre gagnants ont entamé à Winnipeg une semaine d'ateliers sur le récit, coordonnés par le National Screen Institute, afin de développer et peaufiner leur ébauche. Ils sont allés ensuite au Banff Centre en faire la réalisation et l'animation. Les films seront disponibles en inuktitut, en anglais et en français. À Banff, les jeunes cinéastes ont travaillé auprès de collègues expérimentés et de mentors qui les ont aidés à mener à bien leur projet, et à réfléchir aux moyens de le commercialiser. Les films recevront une diffusion mondiale par le biais du site Web de l'ONF, des festivals et du réseau national APTN.

Initiatives pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire :

Programme de mentorat destiné aux cinéastes francophones de l'Ontario

Ce projet pilote en collaboration avec le Conseil des arts de l'Ontario fut offert pour la première fois en 2006. Il a permis à quatre cinéastes francophones ontariens d'être suivis dans une démarche de perfectionnement artistique sur le long terme par un mentor expérimenté dans le domaine de la préproduction, production ou postproduction. Les quatre réalisatrices sélectionnées cette année ont également eu la chance d'être encadrées personnellement en montage, structuration de l'histoire, scénarisation et caméra HD.

AnimAcadie

Lors de la troisième édition du concours *AnimAcadie*, des modifications importantes ont été apportées à ce projet conçu sous l'égide du Programme de partenariat interministériel pour les communautés de langue officielle (**PICLO**), dont l'objectif est de soutenir les communautés de langue officielle en situation minoritaire. En mettant cette année l'accent sur la scénarisation et en invitant les lauréats à travailler avec les réalisateurs gagnants des années précédentes, l'ONF a voulu contribuer non seulement à l'émergence d'œuvres profondément originales et d'une grande qualité, mais aussi à renforcer les liens qui existent entre les différents acteurs du milieu.

Concours PICLO 2006

Cette initiative vise à offrir aux auteurs, aux réalisateurs et aux producteurs œuvrant en français à l'extérieur du Québec la possibilité de développer leurs compétences en matière de production dramatique télévisuelle. Le concours a également pour objectif d'élargir le bassin des professionnels et des créateurs francophones provenant de provinces autres que celle du Québec.

Les huit scénaristes dont le projet a été retenu en 2006 ont reçu une aide financière ainsi que l'appui d'un conseiller en scénarisation de l'Institut national de l'image et du son (INIS). Par la suite, ils ont finalisé le matériel créatif et se sont associés avec un producteur œuvrant en français à l'extérieur du Québec. Ce concours est organisé conjointement par l'ONF, Téléfilm et Radio-Canada. L'Office national du film agit en tant que producteur associé et Téléfilm Canada en tant qu'investisseur alors que Radio-Canada est associée à la production et acquerra les droits de diffusion à ses antennes régionales et nationale.

Cinéaste recherché(e)

Ouvert aux Canadiens francophones ayant déjà réalisé un film d'animation sonorisé, dans des conditions artisanales ou scolaires, le concours permet à un(e) lauréat(e) de réaliser un premier court métrage animé professionnel dans les studios ONF de Montréal. Créé en 1980, à l'initiative du Studio Animation et Jeunesse, le concours Cinéaste recherché(e) a permis l'émergence de nombreux cinéastes d'animation, tels que Michèle Cournoyer (*La Basse Cour*, 1992), Pierre M. Trudeau (*Enfantillage*, 1990) et Nicolas Brault (*Antagonia*, 2002). Les premières œuvres réalisées dans le cadre du concours ont récolté plus d'une trentaine de prix internationaux.

Initiatives pour la diversité culturelle :

72 Heures Chrono

Cette compétition organisée par Taling Dialo, un groupe de cinéastes de la diversité culturelle canadienne, permet à des jeunes Africains de créer un documentaire court métrage tout en recevant de la formation de cinéastes canadiens de la diversité culturelle. L'initiative en était à sa quatrième édition cette année et a attiré une dizaine de jeunes du Québec qui, en collaboration avec des Burkinabés âgés entre 18 et 25 ans, ont participé à la quatrième édition de cette aventure dont le thème était « Jeunesse et Cinéma ». En 72 heures, six équipes ont tourné six courts métrages de six minutes. Documentaire, fiction et docu-fiction en résultèrent. Cette expérience a non seulement permis aux jeunes Québécois et Burkinabés de se découvrir, de s'exprimer par l'image, mais aussi de vivre une expérience interculturelle unique.

Reel Diversity

La cinquième édition de cette compétition annuelle, qui se fait en partenariat avec CBC, CBC Newsworld et Vision TV, a offert la possibilité à huit cinéastes de la relève des minorités visibles de participer à une séance de formation intensive de trois jours et à trois d'entre eux de produire un documentaire avec l'ONF, qui a été télédiffusé nationalement par la suite. Ce programme d'envergure nationale donne à de nouveaux talents l'occasion de se faire connaître en proposant aux auditoires d'ici et d'ailleurs des sujets et des traitements originaux rarement vus dans les médias grand public. Jusqu'à maintenant, *Reel Diversity* a donné naissance à 23 films qui, en plus d'être présentés dans 35 prestigieux festivals de film canadiens et étrangers, ont été primés à plusieurs reprises.

Projets pour les personnes handicapées

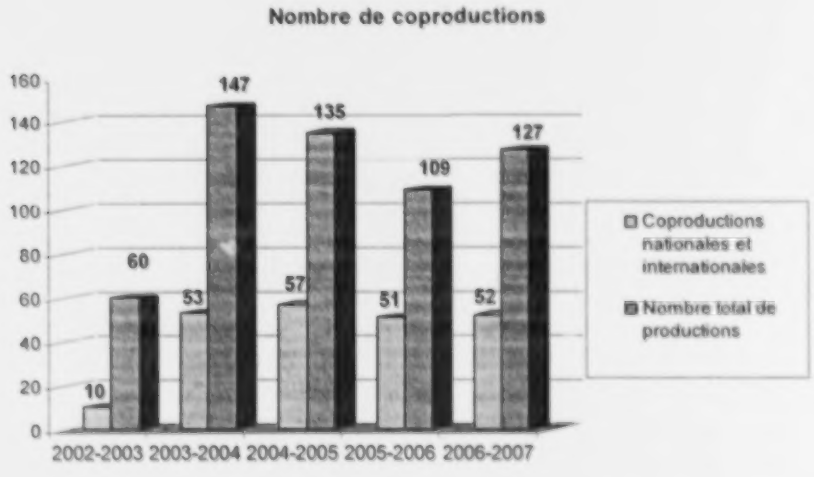
Open i

Open-i est un programme de mentorat en vidéo numérique et compétence médiatique destiné aux jeunes handicapés. Au cours des deux dernières années, des cinéastes du projet AccessNFB ainsi que des moniteurs de la Cinémathèque Pacifique et des conseillers jeunesse - certains handicapés, d'autres pas - ont travaillé auprès de cinq groupes de jeunes dans tout le Lower Mainland pour les aider à concrétiser leur vision créatrice, c'est-à-dire raconter leurs propres histoires au moyen de la vidéo numérique. En 2006-2007, cinq courts métrages de très grande qualité, aux genres et styles très différents et portant sur les sujets les plus divers ont été réalisés. Plusieurs des jeunes artistes qui ont participé au programme cette année ont annoncé qu'ils embrasseraient une carrière dans les médias; trois d'entre eux suivront d'ailleurs la formation Summer Visions de la Cinémathèque pour continuer d'approfondir leurs connaissances en cinéma.

4. Favoriser les partenariats par les coproductions.

- ***Résultat prévu :***
  Le maintien du nombre de coproductions nationales et internationales;
  - **Indicateur :**
    - Nombre de coproductions nationales et internationales

Résultat prévu :
Maintien du nombre de coproductions nationales et internationales;



Par le biais de ses productions originales et de ses coproductions, l'ONF mise sur des contenus riches tant sur le plan artistique que social. L'accent des dernières années sur le développement de coproductions avec les secteurs privés et publics du Canada et de l'étranger a permis d'optimiser les ressources financières, techniques et créatives de l'ONF et d'entreprendre des projets d'envergures nationale et internationale. Au cours des cinq années du *Plan stratégique*, le nombre de coproductions avec le secteur privé a augmenté de manière significative.

Indicateur :
Nombre de coproductions nationales et internationales

Productions	2006-2007	%	2005-2006	%
Productions 100% ONF	75	59%	51	50%
Coproductions nationales et internationales	52	41%	51	50%
Total	127	100%	102	100%

En 2006-2007, l'ONF a maintenu son nombre de coproductions avec des acteurs d'ici et d'ailleurs. Dans plusieurs cas, il est essentiel de mentionner que sans la participation de l'Office, ces coproductions n'auraient pas vu le jour. L'Office national du film est une maison de production et de distribution intégrée qui dispose de services techniques de postproduction, un laboratoire de conservation ainsi qu'une collection audiovisuelle et des archives d'une richesse exceptionnelle, accessibles aux coproducteurs à des tarifs très avantageux. Selon les besoins spécifiques de chaque projet, l'ONF peut mettre à contribution toutes ses ressources financières,

techniques et créatives. Les retombées pour les coproducteurs indépendants sont nombreuses.

La coproduction permet d'accroître les moyens de développer une stratégie de promotion et de mise en marché assurant une visibilité optimale des œuvres auprès des publics ciblés. Une équipe spécialisée collabore étroitement avec les producteurs partenaires pour que cette étape cruciale soit couronnée de succès.

Les coproductions peuvent bénéficier d'un réseau de distribution très bien implanté dans le secteur de l'éducation, les marchés institutionnels et auprès des consommateurs. Un numéro de téléphone sans frais et un service de vente en ligne permettent l'achat de vidéos en tout temps.

Il est plutôt rare que des films d'auteur produits dans le secteur privé, plus particulièrement les documentaires et les films d'animation, œuvres uniques, profitent d'une distribution à l'échelle du pays.

L'ONF est le plus important distributeur canadien et vend plusieurs milliers de cassettes par année, sans intermédiaire. Dans le cadre d'une coproduction, un partage des droits de distribution peut être négocié dans le meilleur intérêt du projet, selon les créneaux visés. L'ONF peut agir à titre d'agent de vente dans les territoires canadiens et dans le monde, notamment dans les marchés institutionnels et de vente directe, à des conditions équivalentes à celles pratiquées dans l'industrie.

Finalement, des ententes-cadres et des partenariats d'envergure conclus avec des joueurs clés de l'industrie mondiale de l'audiovisuel, permettent aux productions de l'ONF et aux coproductions de se positionner avantageusement sur la scène internationale.

5. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie.

- **Résultat prévu :**
  Les nouveaux produits seront innovateurs par leur contenu, leur forme et leur diffusion; ils feront place à l'expérimentation;

  - **Indicateurs :**
    - ✓ Plusieurs applications innovatrices
    - ✓ Reconnaissance de prix dans les festivals

Résultat prévu :
Les nouveaux produits seront innovateurs par leur contenu, leur forme et leur diffusion; ils feront place à l'expérimentation;

Depuis de nombreuses années, l'ONF est reconnu pour sa contribution à la cinématographie mondiale tant au plan de l'innovation technique que formelle. L'ONF est déterminé à maintenir sa réputation d'excellence et de chef de file sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie en explorant de nouveaux créneaux pour la production d'œuvres audiovisuelles,

telles que la production HD, la production pour nouvelles plateformes et l'utilisation de nouvelles techniques de production en animation. L'ONF tient également à explorer le potentiel de stratégies novatrices de distribution et d'accessibilité mettant à contribution les nouveaux médias, dont Internet et la distribution numérique.

Cette dernière année a été riche en réalisations : l'ONF est actif dans la production pour nouvelles plateformes et a réussi à diversifier ses revenus de distribution grâce aux nouvelles technologies. L'engagement de l'ONF vis-à-vis la production et la distribution de contenus novateurs destinés aux nouvelles plateformes a confirmé, cette année, sa capacité à stimuler les créateurs d'ici et à faire du Canada un leader dans ce domaine sur la scène internationale.

Indicateurs :

Plusieurs applications innovatrices

Cinéaste en résidence

Lancé en 2006, le projet **Cinéaste en résidence (Filmmaker in Residence – FiR)**, un partenariat sans précédent entre l'ONF et l'hôpital St-Michael's, situé dans un quartier défavorisé de Toronto, a déjà commencé à donner ses premiers résultats concrets. Trente ans après le programme Challenge for Change/Société nouvelle, qui l'inspire, et nourri par la révolution numérique, la collaboration unique entre les deux principaux partenaires donne à la cinéaste Katerina Cizek la possibilité de travailler directement avec les intervenants de première ligne et leurs clients pour créer des œuvres audiovisuelles et mettre les outils multimédias dans les mains des acteurs sociaux concernés.

Jusqu'à présent deux films ont été réalisés. Le premier, *The Bicycle*, accompagne les médecins de St-Michael's qui sont à l'origine du projet Dignitas International au Malawi, où des travailleurs communautaires luttent sur la ligne de front contre la pandémie du sida. *The Interventionists : Chronicles of a Mental Health Crisis Team* suit une équipe formée d'une infirmière et d'un policier torontois répondant aux appels d'urgence suscités par des personnes troublées sur le plan émotionnel.

Shorts in Motion

Unanimement saluée lors de sa première mondiale au MIPCOM 2006, la pétillante anthologie de dix films de deux minutes Shorts in Motion –*The Art of Seduction*, présentée par Bravo!Fact de CHUM Television, coproduite par l'ONF et Marblemedia, a bénéficié au Canada d'un lancement en ligne au mois d'octobre. La qualité intrinsèque des œuvres qui la composent, signée par des personnalités, des cinéastes et des artistes connus, et l'avant-gardisme du projet lui ont valu le prix Best Made for Mobile Video Service, décerné par la prestigieuse Groupe Speciale Mobile Association (GSMA).

Contenus novateurs socialement engagés

Désireux de contribuer à élargir constamment le bassin des créateurs et créatrices susceptibles de relever le défi lié à la production de contenus et d'applications interactives et innovatrices pour la

technologie mobile et à haut débit, l'ONF, sur la scène internationale, a accepté en 2006 de commanditer le volet « contenus novateurs socialement engagés » du concours Content 360, organisé pour la première fois dans le cadre du MIPTV. À la suite des délibérations d'un jury international présidé par le directeur général du Programme anglais, il a offert au projet lauréat une entente de coproduction (développement) d'un film d'animation pour nouvelles plateformes sur l'art de la rue et les jeunes qui le créent. Le succès de cette initiative a amené l'ONF à poursuivre son engagement dans l'édition 2007 du concours.

Reconnaissance de prix dans les festivals

Festivals de films	**2006-2007**	**2005-2006**
Prix remportés aux festivals canadiens	56	48
Prix remportés aux festivals internationaux	97	95
Total	153	143

Depuis sa création, l'ONF a remporté plus de 5 000 prix, dont plus de 90 prix Génie et 6 Prix Jutra. La cuvée de prix pour l'année 2006-2007 confirme la tradition d'excellence cinématographique de l'Office. Sur la scène internationale, l'ONF a ainsi récolté plus de 97 récompenses, dont son 12e Oscar® pour le film *The Danish Poet*. Plus près de chez-nous, 56 productions de l'ONF ont été primées dans divers festivals et événements à travers le Canada. Deux de ses coproductions, *The Danish Poet* et *Manufactured Landscapes*, ont été récompensées au gala des prix Génie de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, respectivement pour le meilleur court métrage et le meilleur documentaire. Le long métrage documentaire *À force de rêves*, une coproduction de l'ONF, a remporté le Jutra du meilleur documentaire. Au dernier gala annuel des prix Gemini, huit films et coproductions furent mis en nomination dans six catégories. Le film *House Calls*, de Ian McLeod, a enlevé le prestigieux prix Donald-Brittain du meilleur documentaire à caractère social ou politique, alors que *Being Caribou* a gagné le Gemini dans la catégorie Meilleure émission documentaire - science, technologie, nature ou environnement et que François Dagenais a reçu le Gemini de la Meilleure direction photo - émission ou série documentaire pour la coproduction de l'ONF *No More Tears Sister*. À l'occasion du 21e Gala des Prix Gémeaux, le pendant français des prix Gemini, les films de l'ONF ont été nommés à neuf reprises dans huit catégories pour finalement remporter trois prestigieuses statuettes. L'année 2006-2007 marquait également la troisième année de suite qu'un film de l'ONF était honoré du prix Canada. C'est la production *Wapos Bay: There's No "I" in Hockey* qui a reçu la prestigieuse récompense qui honore l'excellence en programmation télévisuelle reflétant le mieux la diversité raciale et culturelle du Canada.

Au cours de l'année, l'ONF n'a pas été récompensé seulement pour la qualité de ses œuvres audiovisuelles les plus récentes. En effet, la série *The Champions* a été honorée au gala des Œuvres magistrales du Trust pour la préservation de l'audiovisuel du Canada (Trust AV). Cette cérémonie organisée chaque année par l'organisme rend hommage aux réalisations des artistes et

artisans des secteurs du cinéma, de la télévision, de la musique et de la radio, et souligne l'importance de préserver les trésors audiovisuels du Canada.

6. Maintenir le développement de coproductions internationales.

- ***Résultat prévu :***
  Le maintien du nombre de coproductions internationales;
  - **Indicateurs :**
    - ✓ Nombre de coproductions internationales
    - ✓ Accords de partenariats internationaux

Résultat prévu :
Le maintien du nombre de coproductions internationales;

Par ses coproductions internationales, les partenariats qu'il noue avec les grands festivals et marchés, et les accords de coopération innovateurs qu'il signe avec des gouvernements et organismes du monde, l'ONF fait connaître l'excellence cinématographique canadienne à l'échelle internationale. Ces ententes-cadres et partenariats d'envergure conclus avec des joueurs clés de l'industrie mondiale de l'audiovisuel, permettent aux coproductions avec l'industrie privée canadienne de se positionner avantageusement sur la scène internationale. Ainsi, au fil des ans, l'ONF a continué à augmenter le nombre de ses partenariats internationaux. En 2006-2007, il a aussi cherché, avec succès, à en élargir la portée.

Indicateurs:

Nombre de coproductions internationales

Afin de tirer profit de la mondialisation des marchés et d'accroître sa notoriété internationale, l'ONF a misé sur le développement de coproductions internationales. Cinq des œuvres produites par l'ONF cette année comprennent un ou des producteurs étrangers, publics ou privés. Ces relations fructueuses sont à l'origine d'œuvres comme *Killer's Paradise* et *La planète blanche*. Bien que le nombre de coproductions internationales ait légèrement diminué par rapport à l'an dernier, passant de 7 à 5 films, cette diminution reflète la réalité de l'industrie cinématographique canadienne en général qui a également expérimenté une baisse de coproductions à l'étranger. Cette diminution s'explique en grande partie par l'évolution de la politique et de la réglementation en Europe et au Royaume-Uni qui a beaucoup nui aux coproductions officielles avec le Canada. [8]

[8] Groupe Nordicité, *Profil 2007 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada, Ottawa,* février 2007

Accords de partenariats internationaux

La mise en œuvre de l'entente entre l'Office national du film et le secrétariat d'État à l'audiovisuel du ministère brésilien de la Culture témoigne du potentiel d'accords de coopération entre institutions partageant les mêmes objectifs. Cette année, les représentants des parties signataires se sont rencontrés au Canada, à l'occasion du Festival international du film de Toronto. Un premier documentaire, coproduit par l'ONF, la société brésilienne GrifaMixer et Discovery Canada, est en cours de réalisation. Par ailleurs, à la suite d'un appel de propositions lancé par les responsables du Fonds de développement créé par les parties, quatre projets de coproduction ont été choisis et bénéficient d'une aide au développement du scénario. Enfin, dans le cadre du volet « développement technologique et formation » de l'entente, deux jeunes animateurs brésiliens sont venus participer au programme **Hothouse 4 2007**, donné cette année par la réalisatrice de *The Danish Poet*, Torill Kove.

Dans le même esprit, l'ONF a aussi signé cette année un accord de coopération avec la Media Development Authority de Singapour et la Singapore Film Commission, qui couvre les secteurs de la coproduction, de la formation et du développement technologique.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles

L'ONF a également pour mandat de distribuer ses produits aussi largement que possible au Canada et à l'étranger. En mettant ses œuvres sur le marché, l'ONF maximise ses recettes. Sous cette activité sont regroupées les compétences et les capacités de l'ONF en matière de distribution commerciale. L'activité « distribution » s'entend de la commercialisation des catalogues audiovisuels de l'ONF et de sa cinémathèque de plans d'archives bien établie; du développement et de la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits, au Canada comme à l'extérieur; de la création de compilations pour des marchés spécifiques; de l'offre d'un service à la clientèle de qualité; de l'augmentation de son fonds d'œuvres audiovisuelles par des acquisitions ou des ententes de partenariat; des études de marché.

Par ses activités de distribution, l'ONF développe des rapports de coopération stratégique avec les secteurs public et privé au Canada et à l'étranger afin de mettre sa collection à la disposition de tous les Canadiens et Canadiennes ainsi que des cinéphiles du monde entier.

RMR 2006-2007 (selon l'AAP)	
Activité de programme 2	**Priorités**
Distribution d'œuvres audiovisuelles	1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. 2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.

Ressources financières (en milliers de dollars)

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
2 370	2 391	3 134

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
45	45	49

Les priorités

1. **Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.**

- ***Résultat prévu :***
  Augmenter notre chiffre d'affaires et nos revenus pour l'ensemble de nos marchés et territoires;
  - **Indicateur :**
    - Évaluation trimestrielle des ventes, préventes et revenus de l'ONF

Résultat prévu :
Augmenter notre chiffre d'affaires et nos revenus pour l'ensemble de nos marchés et territoires;

En 2006-2007 le chiffre d'affaires de l'ONF a totalisé 6 630 M$, une baisse significative par rapport au chiffre d'affaires de 8 882 M$ réalisés lors de l'exercice financier précédent. Bien que le chiffre d'affaires de cette année, soit légèrement en deçà des prévisions annuelles projetées au début de l'année fiscale, ces résultats sont plus en conformité avec le bilan des cinq dernières années. L'année 2005-2006 fut une année exceptionnelle qui est le fruit de résultats excellents dans les marchés institutionnel et télévisuel. Plusieurs ventes uniques importantes et signatures d'ententes majeures avaient été conclues lors de cette période.

Il est à noter que les activités de distribution ont permis de générer des revenus totaux de plus de 5 338 millions de dollars et que près de 1 180 M$ ont été redistribués à ses partenaires commerciaux provenant en majorité de l'industrie indépendante du cinéma canadien.

Indicateur :

Ventes, préventes et revenus de distribution de l'ONF

Revenus de distributions	**2006-2007**	**2005-2006**
Télévision	1 315 280 $	2 005 950 $
Distribution en salle	61 796 $	292 636 $
Institutionnel et éducatif	2 405 130 $	2 780 251 $
Consommateur	1 040 531 $	1 179 053 $
Total	5 338 342 $	6 939 836 $

Marchés consommateur et institutionnel

Les efforts soutenus de l'équipe de ventes sur le marché institutionnel canadien ont donné d'excellents résultats, avec des revenus de 1 832 M$, un résultat supérieur aux prévisions et, de loin, à la moyenne des années précédentes. Le marché consommateur canadien a lui aussi connu une très bonne année, grâce notamment à la disponibilité accrue des productions de l'ONF en format DVD et des campagnes promotionnelles bien ciblées, qui se sont traduites par des revenus de 686 000 $. Des succès similaires ont été enregistrés sur le marché consommateur européen, où les revenus, qui ont totalisé 154 717 $, ont plus que doublé par rapport à l'année dernière.

Marché télévisuel

Partout en Amérique, les turbulences sur les marchés de la télévision, rendus incertains par l'arrivée de la technologie haute définition et le morcellement constant des publics, ont eu un impact sur les revenus enregistrés au Canada (421 000 $, soit 18 % de moins qu'en 2005-2006) ainsi que sur les marchés des États-Unis et de l'Amérique latine (489 000 $, en baisse de 19 %). La baisse des revenus de l'ONF dans le marché de la télévision est également attribuable à la diminution du nombre de nouveaux produits disponibles et à la composition de ces nouveaux produits (production ONF vs coproductions vs acquisitions).

Plans d'archives

Les revenus tirés des ventes de plans d'archives de l'ONF s'élèvent pour leur part à 515 605 $, en baisse de 32 % par rapport à l'année précédente. Comme par le passé, ces revenus proviennent majoritairement du Canada (89 %), où des événements comme le conflit de travail entre la Canadian Film and Television Producers Association (CFPTA) et l'Alliance of Canadian Cinema Television and Radio Artists (ACTRA) et la crise au Fonds de télévision canadien à l'automne ont incité de nombreux producteurs à la prudence : certains ont réduit leurs budgets de production, d'autres ont tout simplement remis leurs projets à plus tard. Par contre, il convient de noter que la numérisation des plans d'archives de l'ONF pourrait se traduire par une augmentation des ventes dès 2008-2009.

Distribution en salle

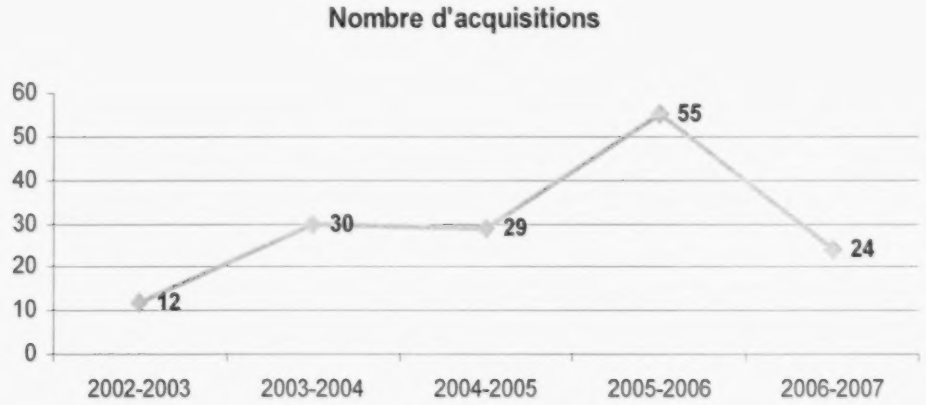
Les revenus provenant de la distribution en salle ont également diminué en 2006-2007, passant de 293 000 à 63 000. Il faut cependant noter que cet écart est largement dû à une correction au rapport d'un des coproducteurs de l'ONF qui a amené une distorsion dans la comparaison des revenus réalisés au cour des deux années. Des revenus de 92 000 $ comptabilisés en 2005-2006 ont dû être corrigés à la baisse. Cette correction est reflétée en 2006-2007.

2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.

- ***Résultats prévus :***
  Acquérir un plus grand nombre de productions complémentaires au catalogue de l'ONF;
  Renforcer l'image de marque de la distribution de l'ONF.

  - **Indicateurs :**
    - Attention particulière, chaque trimestre, au nombre d'acquisitions de productions audiovisuelles réalisées et à leurs retombées
    - Suivi des progrès faits en vue de développer de nouveaux outils Internet pour nos clients du marché consommateur

Résultat prévu :
Acquérir un plus grand nombre de productions complémentaires au catalogue de l'ONF;



Avec sa politique d'acquisition, l'ONF cherche à acquérir les droits de distribution de documentaires et de films d'animation canadiens ou étrangers (productions uniques ou en série). De cette manière, l'ONF met au service des producteurs du secteur privé canadien et étranger son savoir-faire en matière de diffusion de documentaires sociaux, d'œuvres expérimentales et de films d'animation. Depuis 2002, l'ONF a constamment augmenté le nombre de titres qu'il s'est procuré.

Indicateur :

Attention particulière, chaque trimestre, au nombre d'acquisitions de productions audiovisuelles réalisées et à leurs retombées

Acquisitions	**2006-2007**	**2005-2006**
Nombre	24	55
Revenus nets	546 000$	556 000$

Après une année record pour le nombre de productions audiovisuelles acquises par l'ONF, les résultats de l'exercice financier qui vient de se terminer sont plus près de la moyenne des cinq dernières années. La baisse de plus de cinquante pourcent expérimentée en 2006-2007 s'explique par une diminution importante du nombre de séries comportant plusieurs titres. Les titres acquis au cours de l'année ont généré des revenus nets de 546 000$ après avoir remis les royautés aux producteurs et déduit les dépenses de distribution.

Résultat prévu :
Renforcer l'image de marque de la distribution de l'ONF.

Le mandat de l'ONF indique que l'Office a non seulement la responsabilité de produire mais également de distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations ainsi que de promouvoir la production et la distribution de telles œuvres. Afin de bien exécuter son rôle de distributeur public, il est important de rehausser auprès des membres de l'industrie cinématographique l'image de marque du réseau de distribution de l'ONF.

Dans le passé, toutes les compétences en distribution commerciale ont été regroupées dans le passé sous une même direction. Cette entité a pour objectif principal d'optimiser les ventes et les revenus de l'ONF et de ses partenaires. Depuis plusieurs mesures ont été entreprises pour renforcer les différentes composantes du réseau de distribution au pays et à l'étranger de l'Office.

Indicateur :

Suivi des progrès faits en vue de développer de nouveaux outils Internet pour nos clients du marché consommateur

Le principal outil de ventes en ligne de l'ONF, la Boutique en ligne ONF, a subi une cure de rajeunissement en 2006-2007. En effet le site Internet de cette cinémathèque virtuelle a été totalement renouvelé afin de servir les consommateurs d'une manière efficace et efficiente tout en rencontrant du mieux possible leurs attentes. La collection de l'ONF est désormais accessible en quelques clics! De plus, avec l'ajout du CRM, les promotions en ligne de l'ONF sont désormais mieux ciblées dans un souci constant d'améliorer le service à la clientèle.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux

Les activités « d'accès et de rayonnement » rendent accessibles aux Canadiens et Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Ainsi, l'ONF accroît la présence et l'utilisation de documents primaires et secondaires tirés de sa vaste collection dans différents circuits d'apprentissage; crée de nouveaux réseaux quand il n'en existe pas; favorise les connaissances médiatiques dans l'ensemble de la population canadienne et l'encourage à utiliser intégralement sa collection.

Certaines des activités d'accès et de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF en gérant la collection – conservation, indexage, catalogage, et enfin, restauration – et à la rendre plus accessible aux générations futures grâce à une utilisation novatrice des nouvelles technologies et de partenariats, notamment les cinémathèques et les centres d'apprentissage en ligne pour les écoles ainsi que les centres de consultation numérique.

Les activités de rayonnement regroupent notamment les activités menées dans les centres de consultation et les cinémas ONF à Montréal et Toronto, les collections disposées dans 49 bibliothèques partenaires de toutes les régions du Canada, les projections publiques régulières organisées de l'Atlantique au Pacifique, le programme d'adhésion, les cinémathèques en ligne, les ateliers pour les publics de tous âges, ainsi que les ateliers de maître et un site Web complet qui renferme des productions interactives, des possibilités de dialoguer et de partager des connaissances. Ces activités servent à trouver, établir et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes et, en second lieu, dans le monde. Elles servent en outre à consolider l'image de marque de l'ONF ainsi qu'à faire connaître et comprendre le Canada et sa place dans le monde aux Canadiens et Canadiennes.

RMR 2006-2007 (selon L'AAP)	
Activité de programme 3	**Priorités**
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	1. Maintenir, favoriser et accroître la conservation et l'accès équitable à la collection de l'ONF – dans les nouveaux formats numériques émergents. 2. Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada. 3. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les réseaux d'apprentissage. 4. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
11 726	14 284	12 608

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
110	110	122

Les priorités

1. **Maintenir, favoriser et accroître la conservation et l'accès équitable à la collection de l'ONF – dans les nouveaux formats numériques émergents.**

- **Résultat prévu :**
  Améliorer l'accès à la collection de l'ONF par l'entremise de ses différentes activités et outils, notamment ses médiathèques et ses autres ressources; continuer la numérisation de la collection de l'ONF;
  - **Indicateur :**
    - ✓ Évaluation de l'utilisation des titres de l'ONF auprès de ses différents partenaires, notamment le nombre de prêts de films par des bibliothèques partenaires

Résultat prévu :
Améliorer l'accès à la collection de l'ONF par l'entremise de ses différentes activités et outils, notamment ses médiathèques et ses autres ressources; continuer la numérisation de la collection de l'ONF;

Afin de rendre ses œuvres accessibles à tous les publics, dans l'ensemble des provinces et territoires canadiens, l'ONF a établi un vaste réseau de distribution qui regroupe de nombreux partenaires des secteurs public (bibliothèques publiques et scolaires) et privé (entreprises de distribution, maisons de vente par catalogue, chaînes de cinéma, clubs vidéo, etc.). Ses productions sont diffusées régulièrement par les réseaux de télévision traditionnels et spécialisés et ses médiathèques modernes, à Montréal et à Toronto, donnent accès à des milliers de titres de sa collection. Le public canadien peut également se procurer les œuvres de l'ONF sept jours sur sept, en furetant dans le catalogue virtuel de son site Internet ou par téléphone, en utilisant le numéro sans frais 1-800-267-7710, du lundi au samedi.

Indicateur :

Évaluation de l'utilisation des titres de l'ONF auprès de ses différents partenaires, notamment le nombre de prêts de films par des bibliothèques partenaires

Vitrines ONF

Véritables vitrines de l'ONF à Montréal et à Toronto, la CinéRobothèque et la Médiathèque ont, ensemble, accueilli cette année plus de 210 000 visiteurs en plus d'organiser et de participer à de nombreuses activités hors de leurs murs.

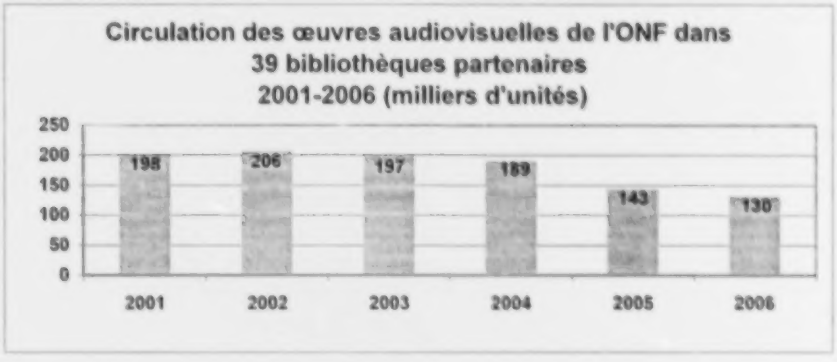
À Montréal, où 106 369 personnes ont franchi ses portes, la CinéRobothèque a réaffirmé son rôle dynamique au cœur de la vie culturelle en s'associant étroitement à des événements d'envergure comme la Fête des enfants ou le Festival Montréal en lumière. Parmi les 378 nouveaux titres de sa collection, qui compte désormais plus de 9 000 œuvres, *The Danish Poet*, demandé en visionnage individuel par 1587 personnes, a sans contredit été le plus populaire. Par ailleurs, les classes de maître, les ateliers de fins de semaine et les projections organisées à l'occasion des célébrations des 65 ans des studios d'animation de l'ONF ont tous fait salle comble. Ses responsables ont aussi ajouté quatre nouveaux ateliers sur le cinéma au programme existant, qui a attiré un nombre record de 22 326 participants.

La Médiathèque, à Toronto, a elle aussi dépassé ses objectifs et a accueilli 105 110 visiteurs. Sa réputation en matière d'ateliers pour les enfants lui a valu de devenir partenaire de la Canadian Opera Company dans le cadre du projet Animate the Opera, une compilation vidéo des productions de plus de 150 étudiants et professeurs de la région torontoise qui a été présentée à la soirée d'ouverture du Four Seasons Center for the Performing Arts devant plus de 1000 personnes. Ses collaborations avec la Fondation Historica, la *Compétition nationale de vidéo Arrêtez le racisme!* et le Festival international de films pour la jeunesse ViewFinder l'ont aussi amené à donner une série d'ateliers pour les enfants et les jeunes un peu partout au pays et même

à Denver, aux États-Unis, à l'occasion de la présentation des films de McLaren au Starz Denver Film Festival.

Les personnes à l'extérieur de Montréal et de Toronto peuvent accéder aux services de l'ONF via le site internet de l'Office au www.onf.ca ainsi que par la ligne sans frais au numéro 1 800 267-7710.

Bibliothèques partenaires



Afin de rendre ses films accessibles au plus grand nombre de citoyens et citoyennes canadiens, l'ONF a établi des relations contractuelles avec 49 bibliothèques partenaires. La majorité des bibliothèques partenaires reçoivent des copies gratuites des nouvelles productions de l'ONF. Plusieurs des partenaires de l'ONF achètent également des titres de l'ONF pour augmenter leur collection. Certaines bibliothèques, en plus de prêter les films de l'ONF à leurs usagers, organisent également des séances de visionnement des titres de l'ONF pour le public.

Une récente étude a révélé que les Canadiens empruntent de moins en moins d'œuvres audiovisuelles de l'ONF par le biais des bibliothèques partenaires. En 2006, 34 des 49 bibliothèques partenaires rapportaient un déclin dans le nombre d'emprunts des films de l'ONF. De plus, toutes les bibliothèques ont noté une tendance à la baisse des emprunts des titres de l'ONF au cours des dernières années. Cette baisse s'explique par le fait que l'ONF déposait auparavant ses films en format VHS et qu'un grand nombre de films tenus en inventaire par les bibliothèques sont disponibles dans un format désuet. Les dépôts de films sont faits désormais en format DVD et une solution pour remplacer les copies VHS des bibliothèques est présentement à l'étude.

Ceci dit, le déclin de la circulation des titres de l'ONF doit être mis en contexte. Plusieurs bibliothèques ont indiqué que l'emprunt des films ne provenant pas de l'ONF ont également connu une forte diminution. Ce déclin peut être attribué à l'inventaire important de copies VHS de plusieurs bibliothèques, le remplacement des lecteurs VHS par les lecteurs DVD et l'abandon des abonnés des emprunts de copies VHS.

Numérisation de sa collection

Voûte numérique (*numérisation, traitement d'image et encodage audio, vidéo et Web*)	**2006-2007**	**2005-2006**
Films numérisés en MPEG2	1 405	1 620
Films numérisés en MPEG4	1 301	1 347
Extraits numérisés pour le Web	926	517
Films numérisés pour le Web[9]	1 027	271
Films numérisés pour le baladeur numérique	59	12
Total des unités	4 718	3 767

L'ONF a considérablement amélioré l'accessibilité à sa collection grâce à la numérisation de ses titres. Le Fonds Mémoire canadienne, initiative du Contenu canadien en ligne, a aidé à la numérisation de la collection de même que le procédé de réplication DVD a favorisé l'augmentation de l'offre de titres DVD pour la vente. À ce jour, plus de 4 718 films ou extraits de films ont été numérisés. Au cours de la dernière année, plusieurs coffrets DVD de prestige ont été développés afin de rendre accessible le patrimoine cinématographique canadien au grand public. Le plus populaire de la cuvée 2006-2007 fut sans contredit le coffret intitulé *Norman McLaren – L'intégrale*.

2. Rejoindre davantage les communautés partout au Canada.

- **Résultats prévus :**
  Favoriser la participation citoyenne par des projections publiques ou d'autres moyens jugés appropriés;
  Améliorer la qualité de la présence de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral.

  - **Indicateurs :**
    - ✓ Analyser les mesures d'auditoires pour les productions de l'ONF
    - ✓ Évaluer par des études de cas l'impact social de nos productions

[9] *Note : Incluant Fonds Mémoire canadienne, Learn Alberta et Images d'une guerre oubliée*

Résultat prévu :
Favoriser la participation citoyenne par des projections publiques ou d'autres moyens jugés appropriés;

Rendre l'ONF présent dans la vie des gens demeure un défi constant et demande des efforts renouvelés. Afin de renouer des liens plus étroits avec la population, l'ONF a misé sur des projets qui permettaient de favoriser l'accès à sa collection et d'encourager le dialogue avec les citoyens. De plus, les nouvelles technologies de production et de distribution multimédia permettront à l'ONF de mieux relever ce défi.

Indicateur :

Analyser les mesures d'auditoires pour les productions de l'ONF

Projections publiques

Projections publiques	**2006-2007**	**2005-2006**
Projections (salles commerciales, de répertoire et communautaires)	2 435	2 500
Spectateurs aux projections publiques	145 941	154 563

Des visionnements publics sont organisés en français et en anglais dans diverses communautés à l'échelle du pays et sont souvent accompagnés de discussions avec des réalisateurs ou des intervenants du milieu communautaire. Ces visionnements peuvent être proposés dans le cadre d'une série programmée en partenariat avec un organisme (par exemple, avec les maisons de la culture de Montréal) ou dans le cadre d'événements communautaires particuliers. Cette année plus de 145 941 personnes ont visionné des films de l'ONF lors des 2 435 séances organisées par l'ONF ou par ses partenaires. Entre 2002-2006, 5 769 visionnements publics ont eu lieu et 782 335 personnes y ont assisté.

Grâce à un partenariat avec la Qikigtani Inuit Association et le ministère de la Culture, de la Langue, des Aînés et de la Jeunesse du Nunavut, une série de projections communautaires de films de l'ONF dépeignant la vie inuit fut organisée à l'été et à l'automne 2006. Cette tournée avait non seulement pour but de faire connaître les films aux Inuits et leur en faciliter l'accès, mais également d'observer la réaction de la communauté et d'identifier les personnages à l'écran avec l'aide de l'auditoire. Beaucoup d'aînés présents ont reconnu des parents et des amis d'enfance dans plusieurs de ces films qui n'avaient jamais été présentés dans la région. Dans les communautés d'Iqaluit, de Cape Dorset et de Pond Inlet, les spectateurs de tous les groupes d'âges ont particulièrement apprécié les scènes de chasse ainsi que les images montrant les gens et illustrant le mode de vie sur la terre du Nunavut. Les séances de visionnage ont attiré un auditoire de plus de 300 personnes. Plus de 20 films, dont des classiques et des nouveautés, ont été présentés.

Après une première participation réussie aux Rendez-vous de la Francophonie avec 32 projections gratuites de ses films dans 19 villes du Canada, l'ONF récidivait encore cette année avec 86 projections dans 33 villes, dans tous les territoires et provinces du Canada. Il est à noter que près de 90% de ces projections (76) avaient lieu dans des communautés francophones hors Québec.

Télévision

Auditoire télé	**2006-2007**	**2005-2006**
Nombre de télédiffusions	1 218	1 484
Nombre de téléspectateurs	6 781 000	5 948 000

En 2006-2007, 6 781 000 téléspectateurs canadiens ont regardé l'une des 1 218 télédiffusions des films de l'ONF à la télévision, ce qui représente une hausse de 14 % par rapport à l'année précédente. Il faut noter que cette année, l'ONF s'est doté d'un nouveau logiciel qui lui permet de mieux prendre la mesure des auditoires de plus en plus importants des chaînes spécialisées.

Institutionnel

L'ONF développe présentement une méthodologie pour calculer le nombre de personnes qui visionnent les films de l'ONF, lorsque qu'une copie est vendue dans les milieux éducatif, culturel, communautaire, hospitalier et des soins de la santé ainsi qu'au marché consommateur. En 2006-2007, les ventes brutes du marché institutionnel au Canada ont augmenté de 2,4% par rapport à l'année précédente pour se chiffrer à 2 073 429$. Globalement, les ventes brutes dans le marché consommateur ont généré 747 765$, ce qui représente une diminution de 2,5% par rapport à 2005-2006.

Résultat prévu :
Améliorer la qualité de la présence de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;

Festival

Festival de films	**2006-2007**	**2005-2006**
Participation à des festivals canadiens	68	72
Films présentés aux festivals canadiens	380	336
Participation à des festivals internationaux	282	364
Films présentés aux festivals internationaux	463	519

L'ONF s'est illustré dans plusieurs festivals tant au Canada qu'à l'étranger. De 2002 à 2006, les productions de l'ONF ont reçu en moyenne 150 prix et participé à 390 festivals par année, soit en compétition officielle ou hors concours, lors d'évènements spéciaux. La présentation des films de l'ONF lors de festivals permet de faire connaître les artistes d'ici à travers le Canada et sur la scène internationale.

Secteur éducatif

Grâce à des stratégies de distribution et de développement des réseaux, l'ONF s'est enraciné davantage dans le milieu éducatif. L'ONF offre notamment ses productions aux éditeurs scolaires pour qu'ils puissent les ajouter à leurs catalogues. De plus, des ateliers thématiques et des ateliers spécialisés sont organisés spécialement pour les étudiants. Les premiers sont des activités programmées à la Médiathèque et à la CinéRobothèque, dans le cadre desquelles les visiteurs des milieux scolaires ou du grand public explorent des aspects de l'expertise de l'Office, comme les techniques d'animation. Les seconds sont des activités offertes par l'Office dans le cadre d'événements professionnels, notamment des conférences d'enseignants. De plus, dans la section Ressources éducatives du site Web de l'ONF, élèves, enseignants, parents et internautes curieux d'explorer l'univers de l'ONF trouvent un véritable carrefour d'apprentissage et ont accès gratuitement à une foule d'outils et de ressources.

Suite à la coproduction ONF/CBC *The Weight of the World / Le poids du monde*, traitant du problème de l'obésité, l'ONF et la CBC se sont associés de nouveau en organisant le Défi des écoles/Le poids du monde. Cette initiative vise à encourager la discussion à l'école sur ce phénomène alarmant et à fournir aux jeunes de 9 à 14 ans des informations ludo-éducatives sur la santé et leur alimentation. Sous la forme d'un site Web et d'une trousse d'accompagnement, élèves et professeurs ont la possibilité d'utiliser gratuitement le matériel éducatif proposé et participer ainsi au Défi. Plus de 4 500 enseignants et environ 500 000 élèves ont ainsi répondu à l'appel et déjà pris part à cette activité.

D'autres projets avec les milieux scolaires ont connu également beaucoup de succès. Fort de la popularité du **Défi le Poids du monde**, l'ONF, en collaboration avec CBC Montreal et les Services à la famille juive, a lancé un nouveau projet pilote, intitulé **Stand by Me**, portant cette fois sur la violence et l'intimidation à l'école. Après visionnage en classe de films comme *Glasses* de Brian Duchesherer et *Bully Dance* de Janet Perlman, et en utilisant les guides d'enseignement élaborés par l'ONF, les professeurs de quelque 800 étudiants de la fin du primaire et du début du secondaire, dans six écoles, ont animé des discussions autour de ce problème.

Évaluer par des études de cas l'impact social de nos productions

Bien que l'ONF n'ait pas fait d'études de cas spécifiques sur l'impact social de l'ensemble de ses productions en 2006-2007, plusieurs initiatives et œuvres audiovisuelles de l'ONF ont eu des répercussions notables sur les communautés visées par ces projets ou films.

Tales from Bridgeview

L'ONF et l'Initiative de revitalisation des quartiers ont développé conjointement un projet communautaire de vidéo numérique : Tales from Bridgeview. Ce projet pilote regroupait cinq

courts métrages numériques créés par sept élèves de l'école élémentaire Bridgeview sous l'œil avisé de Nettie Wild, l'une des plus éminentes cinéastes du Canada. Tales from Bridgeview a mis le pouvoir des médias et la force du récit au service du développement de la collectivité.

Anime tes clics

Grâce à l'appui du Fonds Mémoire canadienne, l'ONF a utilisé l'Année McLaren comme un prétexte pour interpeller les artistes en herbe à l'occasion du lancement du site Objectif Animation. Dans le cadre du concours Anime tes clics!, près d'un millier de jeunes Canadiennes et Canadiens âgés de 9 à 20 ans se sont initiés à la technique de la pixilation, chère au maître. Cent soixante-dix d'entre eux ont soumis une œuvre originale, à la manière de McLaren et sur des musiques qu'il a composées, qu'ils ont créée à l'aide d'un appareil photo numérique ou d'un cellulaire.

I was here – Cinéaste en résidence

L'initiative Cinéaste en résidence, en plus d'être un projet sociétal innovateur, a aussi généré le projet I was here, dans le cadre duquel sept jeunes femmes, enceintes ou mères depuis peu, et qui toutes ont déjà vécu dans la rue, ont reçu des caméras numériques et un site personnel de blogage photo pour documenter leur vie quotidienne à Toronto. Ces résultats remarquables ont entre autres pris la forme d'une expo photo, lancée à l'hôtel de ville de Toronto en présence du maire.

3. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les réseaux d'apprentissage.

- ***Résultat prévu :***
  Assurer une présence soutenue des productions de l'ONF dans les divers réseaux communautaires et éducatifs au Canada;

  - **Indicateurs :**
    - ✓ Mesurer l'assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF
    - ✓ Évaluer le programme d'adhésion

Résultat prévu :
Assurer une présence soutenue des productions de l'ONF dans les divers réseaux communautaires et éducatifs au Canada;

Indicateurs :

Mesurer l'assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF

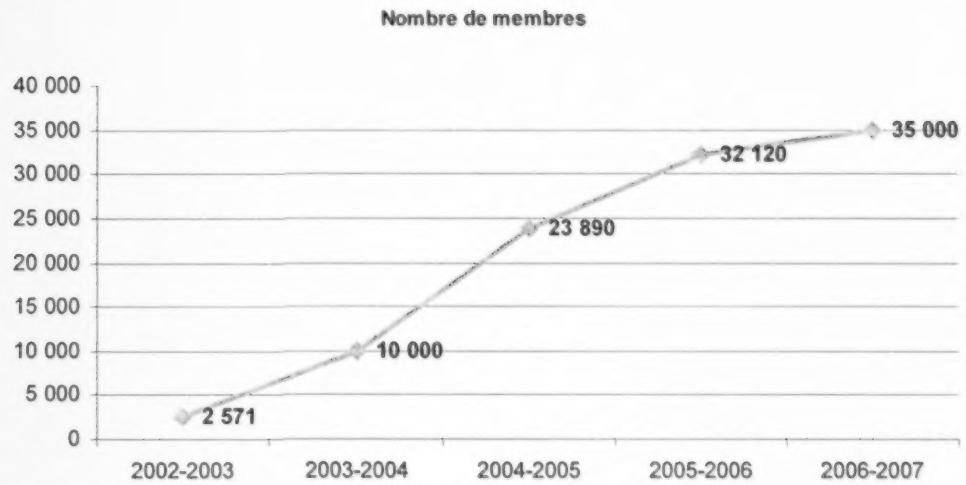
En vertu d'un partenariat avec la Ville de Montréal, l'ONF a offert en 2006 une nouvelle saison de 23 projections gratuites, dont dix-sept soirées documentaires souvent précédées de films d'animation et six séances pour enfants, dans les Maisons de la culture Ahuntsic, Côte-des-Neiges, Montréal-Nord, Notre-Dame-de-Grâce, Plateau Mont-Royal, Pointe-aux-Trembles, Rosemont–La-Petite-Patrie, Saint-Laurent et Verdun–Ile-des-Sœurs. La majorité de ces programmes se déroulait en présence de cinéastes, d'artisans ou d'invités spéciaux venus échanger avec le public après chaque projection. Un autre partenariat, cette fois-ci avec

YWCA Canada, a permis de faire la promotion de la collection de l'ONF auprès de l'ensemble des organisations membres : douze d'entre elles ont tenu des projections publiques et privées de ses films à l'occasion de la Semaine sans violence, organisée en octobre de chaque année par l'organisation pour lutter contre la violence faite aux femmes.

Dans le cadre du concours national **Mettons fin au racisme**, organisé par Patrimoine canadien, l'ONF a conçu et donné des séminaires d'initiation au traitement vidéo aux enseignants intéressés à mobiliser leur classe autour du concours. Ces séances de formation ont immédiatement enthousiasmé les professeurs participants. Cette année, les ateliers ont été restructurés pour que les participants se familiarisent à la fois avec les aspects techniques de la production, et la façon d'aborder les questions relatives au racisme avec les étudiants. Au total, dix-sept ateliers d'une demi-journée (dont trois en français à Winnipeg, Montréal et Moncton), ont été donnés à travers le pays par trois facilitateurs de haut niveau, à quelque 250 professeurs d'élèves des 5e et 6e années du primaire et du cours secondaire. Des élèves plus âgés ont également participé à ces formations pour devenir ensuite des leaders du projet au sein de leur classe. Produits par l'ONF, le Guide de l'animateur qui suggère aux professeurs différentes façons d'aborder le sujet en classe et le Manuel de ressources techniques axées sur la production vidéo, utilisés durant les ateliers, sont désormais disponibles gratuitement sur son site Internet.

Le nombre de films soumis cette année (319 au total), la qualité des dix œuvres lauréates, qui seront diffusées toute l'année par Radio-Canada/CBC, mais aussi les nombreux témoignages reçus des professeurs participants ont confirmé le bien-fondé de la démarche. Immensément populaires auprès des enseignants, le Guide et le Manuel de l'ONF sont aujourd'hui utilisés dans d'autres contextes, notamment dans les cours d'éducation aux médias.

Évaluer le programme d'adhésion



Le programme d'adhésion au Cinéclub ONF permet aux amateurs de l'ONF de devenir membres et de recevoir les dernières nouvelles de l'ONF par courriel, de bénéficier de tarifs spéciaux pour l'achat de certains titres de l'ONF, de recevoir des invitations à des événements organisés par l'Office (lancements, classes de maître, etc.) et d'avoir accès à CinéRoute sur Internet. En 2006-2007, le Cinéclub comptait 35 000 membres, soit une hausse de 3000 cinéphiles en un an.

4. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.

- ***Résultat prévu :***
  Augmenter la couverture de presse et la visibilité de l'ONF dans les médias.

Résultat prévu :
Augmenter la couverture de presse et la visibilité de l'ONF dans les médias.

En 2006-2007, l'ONF a poursuivi la consolidation de son image de marque en s'assurant que l'ensemble des facettes de ses activités de production, de distribution, d'accès et de développement des réseaux, tout comme celles liées à la recherche, obtiennent la visibilité à laquelle elles ont droit. L'ONF a pris une approche plus globale pour la promotion des productions à venir, afin de s'assurer que les Canadiennes et Canadiens reconnaissent les productions de l'ONF et qu'ils puissent en tirer le meilleur parti selon leurs intérêts. Cette nouvelle approche est particulièrement pertinente dans un contexte de changements technologiques qui bouleversent l'environnement. C'est d'ailleurs pour renforcer sa présence et permettre un meilleur accès à ses productions que l'ONF s'est doté d'une direction du marketing et des communications au cours de la dernière année.

Déjà, en 2006-2007, la nouvelle orientation de la direction du marketing et communications a permis de bonifier et d'enrichir les relations que l'ONF entretient avec de nombreux partenaires, pour le plus grand bénéfice des Canadiens, des Canadiennes et des spectateurs d'un peu partout dans le monde.

Le remarquable succès des nombreux événements, au Canada et dans le monde, organisés à l'occasion de l'Année McLaren illustre le potentiel d'une telle approche. Les excellentes relations que l'ONF entretient avec les responsables du Festival de Cannes ont permis que le coup d'envoi international de ces célébrations soit donné en mai, lors de la présentation de treize de ses œuvres remasterisées dans le cadre de Cannes Classics. C'est à Montréal, dans le cadre du Festival du nouveau cinéma, qu'à eu lieu la première canadienne de *l'Intégrale* de l'œuvre du célèbre animateur. En tout, six villes canadiennes ont accueilli des rétrospectives Norman McLaren et ont offert des activités spéciales, soit : Montréal, Halifax, Calgary, Ottawa, Vancouver et Winnipeg. C'est au Centre Pompidou, à Paris, qu'a eu lieu la première internationale. Dans la seule capitale française, plus de 2500 personnes ont assisté aux projections et participé aux ateliers organisés durant les trois semaines qu'a duré l'événement. La tournée McLaren a ensuite traversé – entre autres – Londres, Milan, Turin, Rome, Bruxelles, Berlin, suscitant partout des événements spéciaux et les commentaires élogieux des médias. Tandis que les spectateurs canadiens découvraient ou retrouvaient à leur tour l'œuvre emblématique du cinéaste, de New York à Los Angeles en passant par Washington, Chicago et Denver, les Américains ont aussi accueilli les films de McLaren avec enthousiasme. Au terme de cette tournée, des milliers de personnes avaient assisté à des projections ou participé à des ateliers portant sur divers aspects du travail du grand cinéaste.

Activité de programme 4 : Services de recherche et de conseil

L'ONF a pour mandat de « faire des recherches sur les activités filmiques » et d'en rendre les résultats disponibles ainsi que de « conseiller (…) en matière d'activités filmiques. ». L'activité « recherche et conseil » s'entend de la recherche liée à la réalisation cinématographique et à l'industrie du film ainsi que de la conduite de projets techniques et de développement visant à faire progresser l'art et la science du cinéma. Depuis toujours, l'ONF crée un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'incubation et le prototypage de nouveaux projets, la collaboration avec l'industrie et l'ouverture de nouvelles voies vers la créativité dans le domaine audiovisuel.

RMR 2006-2007 (selon l'AAP)	
Activité de programme 4	**Priorités**
Services de recherche et de conseil	1. Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement afin de repositionner l'ONF comme chef de file, avec ses partenaires et dans le milieu cinématographique canadien. 2. Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets. 3. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes.

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
3 640	3 656	6 847

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
70	70	95

Les priorités

1. **Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement afin de repositionner l'ONF comme chef de file, avec ses partenaires et dans le milieu cinématographique canadien.**

- **Résultat prévu :**
  Un effort appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie en audiovisuel;

  - **Indicateurs :**
    - ✓ Le développement et la mise en œuvre d'un plan de recherche annuel
    - ✓ Le nombre de collaboration et de partenariats de recherche en tant que site-pilote et incubateur de recherche et développement

Résultat prévu :
Un effort appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie en audiovisuel;

Dès ses débuts, l'ONF a été un incubateur d'innovation technologique et cinématographique tant sur la scène nationale qu'internationale. Fidèle à sa tradition, il a toujours été une organisation pionnière qui explore les frontières de la cinématographie. En plus de conseiller le gouvernement et l'industrie, il entreprend également des projets techniques et de développement pour faire avancer l'art et la science cinématographiques. Ses activités s'inscrivent dans un cadre voué à l'excellence et à l'innovation propice à l'avènement et au prototypage.

Indicateur :

Le nombre de collaboration et de partenariats de recherche en tant que site-pilote et incubateur de recherche et développement

L'ONF fait partie du Réseau E-Inclusion dont l'objectif est de fournir aux créateurs d'œuvres audiovisuelles des outils puissants leur permettant de se concentrer sur les aspects de création et ainsi d'améliorer la richesse de l'expérience multimédia pour les personnes ayant une déficience sensorielle. Ce Réseau vise à développer des outils de traitement de contenu audiovisuels et des méthodes de création de contenu spécifiques aux sens pour les producteurs multimédias. Dans le cadre d'un projet de recherche sur la vidéodescription visant à déterminer les types d'information utiles pour les personnes vivant avec une déficience visuelle et afin d'établir une typologie d'éléments informationnels utiles pour la compréhension de l'image en mouvement, quatre sessions interactives d'écoute de description vidéo ont eu lieu. Le but de ces sessions était d'évaluer le travail en cours dans l'élaboration de VD ainsi que l'impact de cette narration sur

l'appréciation des films ONF. La vidéodescription consiste à offrir une description orale des éléments visuels clés d'un film, de telle sorte que les personnes vivant avec un handicap visuel peuvent concevoir une imagerie mentale en rapport avec le déroulement des images à l'écran.

Afin de favoriser des synergies fructueuses avec les institutions spécialisées du monde de l'éducation, l'ONF a signé en juin dernier des ententes de partenariat avec l'École des médias de la Faculté de communication de l'UQAM et l'Institut national de l'image et du son (INIS) grâce auxquelles les étudiants de ces deux institutions ont entre autres accès aux technologies de pointe dont l'ONF dispose dans ses bureaux de Montréal. L'entente prévoit aussi que l'ONF, l'INIS et l'UQAM examineront également la possibilité pour l'ONF d'offrir des programmes de perfectionnement professionnel comme des ateliers de maître aux étudiants de l'INIS et des cours de postproduction à ceux de l'UQAM.

2. Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets.

- **Résultat prévu :**
  Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie;

  - **Indicateurs :**
    - ✓ Le nombre de collaboration et de partenariats de recherche en tant que site-pilote et incubateur de recherche et de développement
    - ✓ L'évaluation et l'utilisation des résultats de ses recherches
    - ✓ La diffusion et l'utilisation des résultats de ses recherches

Résultat prévu :
Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie;

L'ONF contribue au développement de nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel. Le savoir-faire de son personnel technique est reconnu par tous et fait l'envie de ses partenaires d'ici et d'ailleurs. L'excellence de ce secteur permet à l'Office d'accompagner ses nombreux collaborateurs dans leur recherche cinématographique, que ce soit en production, en distribution ou pour l'accessibilité à sa collection. De plus, il permet d'aider les nouveaux talents à acquérir une expertise durable et essentielle à leur développement. L'obtention de son 12e Oscar® pour le court métrage d'animation, *Le Poète danois*, confirme la réputation d'excellence que l'ONF s'est forgée à l'échelle nationale et internationale au cours des années.

Indicateur :

Le nombre de collaboration et de partenariats de recherche en tant que site-pilote et incubateur de recherche et de développement

En février de cette année, l'ONF a lancé le **Défi Multimédia ONF**, ouvert uniquement aux producteurs canadiens. Directement inspirés du programme Société nouvelle/Challenge for Change, les projets admissibles doivent être fondés sur des concepts multiplateformes et mener à l'engagement de l'utilisateur par le biais d'une utilisation novatrice des réseaux et des dispositifs

numériques. Le projet gagnant, qui bénéficiera d'une entente de développement avec l'ONF, sera dévoilé au Festival mondial de télévision de Banff, en juin 2007.

3. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes.

- **Résultat prévu :**
  Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie;
  - **Indicateur :**
    - ✓ Le nombre et le type de collaboration avec le secteur public et ses répercussions

Résultat prévu :
Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie;

Depuis sa création, en 1939, l'ONF a établi une tradition d'excellence cinématographique reconnue tant au Canada que dans le reste du monde. Sa collection de près de 12 000 titres en fait le plus important dépositaire de films canadiens. Au fil des ans, l'ONF a remporté plus de 5 000 prix à l'échelle nationale et internationale, dont 90 prix Génie, 69 mises en nomination à l'Academy Awards et 12 Oscars® — 11 pour des films et un pour l'ensemble de ses réalisations à titre de producteur et de distributeur —, deux Palmes d'or à Cannes et un Ours d'or à Berlin. Dès ses débuts, l'ONF a été au cœur du développement de la cinématographie canadienne; il a joué un rôle-clé en étant un incubateur de nouveaux talents et un lieu d'expérimentation. À son apogée, ses artistes et artisans ont été louangés pour avoir inventé un nouveau langage cinématographique.

L'établissement de partenariat joue un rôle-clé dans la réussite du mandat de l'ONF tout en permettant d'élargir son champ d'activités. L'Office s'est donné pour stratégie de développer des partenariats en production, en distribution, en diffusion de même qu'en formation.

Indicateur :
Le nombre et le type de collaboration avec le secteur public et ses répercussions

En 2006-2007, l'ONF a entrepris de nombreuses initiatives en collaboration avec différents partenaires de l'industrie cinématographique, dont notamment l'étude The Case for Kids Programming en collaboration avec l'Association canadienne des producteurs de films et de télévision. L'Office a également renforcé ses liens avec divers organismes du gouvernement fédéral, dont Téléfilm Canada et Radio-Canada grâce à des initiatives conjointes telles que le Concours PICLO et le Fonds du long métrage documentaire. Plusieurs programmes incluent différents partenaires. Dans l'Atlantique, c'est le cas d'AnimAcadie (ONF, Connections Productions, Télévision française de Radio-Canada en Atlantique, Film Nouveau-Brunswick), ouvert aux scénaristes et d'Inspired (ONF, CTV, IFC Canada et Festival du film de l'Atlantique),

qui offrent une formation et des services de production aux documentaristes de la relève, selon un modèle semblable à celui du NFB-TVO Documentary Calling Card en Ontario. Les succès de First Stories, dans les provinces de l'Ouest et du Wapikoni mobile au Québec (avec les Productions les beaux jours, de Manon Barbeau) ont contribué à la mise sur pied de Yukon Vérité, un programme de mentorat de l'ONF et de la Yukon Film Society, et du tout nouveau Nunavut Animation Lab qui, outre l'ONF, comprend pas moins de six partenaires. Autre nouveauté cette année, l'ONF a mis sur pied Open I, un programme de mentorat en vidéo numérique destiné aux jeunes personnes vivant avec un handicap, qui met à contribution des cinéastes handicapés du projet AccessNFB, des moniteurs de la Pacific Cinematheque et des conseillers jeunesse, en aidant de jeunes cinéastes à raconter leur propre histoire. Toujours dans un souci d'intégration des personnes handicapées dans le milieu de l'audiovisuel, l'ONF et l'ACPFT ont conclu une entente de partenariat dans le but d'offrir un programme de stages en création médiatique. Cette initiative offre à des Canadiennes et Canadiens handicapés - cinéastes, producteurs et autres - une formation en cours d'emploi.

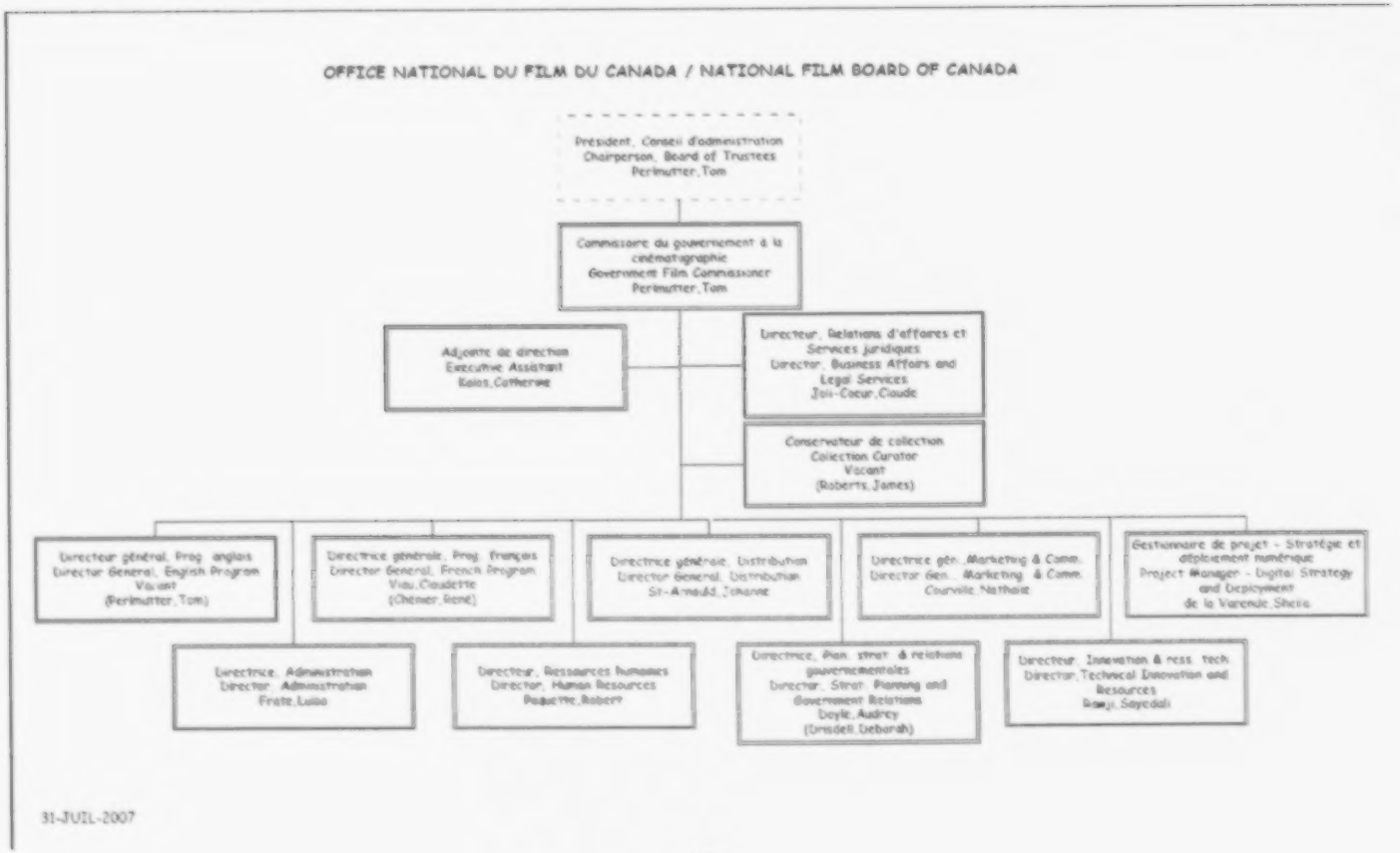
Enfin, l'ONF a été un acteur de tout premier plan au Forum urbain mondial d'ONU-Habitat, dont le Canada était l'hôte en juin 2006. Trente ans après avoir joué un rôle tout aussi important lors du premier Forum, en 1976, sa participation, pilotée par le Programme anglais, comprenait cette fois sept volets et la signature d'un protocole d'entente sur les collaborations futures entre l'ONF et ONU-Habitat. Du côté environnemental, l'ONF participe activement au projet Greencode qui vise à développer un code environnemental pour l'industrie des médias. Cette initiative regroupe divers partenaires des secteurs privés et publics à l'échelle nationale et internationale.

SECTION III – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Renseignements sur l'organisation

L'ONF est redevable au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien.

Structure organisationnelle



Gestion et administration de l'ONF

Gouvernance et responsabilité

L'Office national du film a été créé en 1939 par une loi du parlement. En plus de la *Loi sur le Cinéma*, l'ONF est assujetti à la *Loi sur la gestion des finances publiques*, une loi qui établit l'administration financière du gouvernement du Canada et des agences fédérales. L'ONF est également régi par la *Loi sur l'accès à l'information*, par la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et par la *Loi sur les langues officielles*.

À titre d'agence culturelle fédérale, l'ONF rend compte au Parlement par le biais de la ministre de Patrimoine canadien. La ministre, pour sa part, a conféré au conseil d'administration de l'ONF le pouvoir de superviser le rendement général de l'Office. Le conseil d'administration de l'ONF est responsable des affaires de l'Office et joue un rôle crucial qui consiste à assurer la bonne exécution des politiques fédérales au nom du gouvernement du Canada. Le conseil d'administration apporte un leadership et une orientation à l'Office, fournit des conseils judicieux, approfondis et opportuns et analyse et établit l'orientation générale et stratégique de l'Office. Le commissaire du gouvernement à la cinématographie occupe la fonction de président. Six membres représentant la population canadienne mettent leur expertise au profit du conseil et le directeur général de Téléfilm Canada est un membre d'office du conseil.

L'ONF a un vérificateur interne dont les activités relèvent directement du conseil d'administration de l'ONF. De plus, Le Bureau du Vérificateur général (BVG) agit à titre de vérificateur externe de l'ONF. Une fois par an, le BVG examine les états financiers de l'ONF afin de déterminer s'ils sont exacts et conformes aux autorisations.

Priorités

L'ONF maintient des pratiques d'affaires qui favorisent la bonne gouvernance, l'imputabilité et assure le lien de confiance avec la population canadienne. Il s'est assuré que toutes ses activités respectent ou excèdent les plus hauts standards dans ces domaines. Pour y parvenir, L'ONF s'est donné les priorités suivantes :

a) Gérer les ressources de manière efficace et efficiente en faisant les évaluations et vérifications pertinentes.

b) Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information.

Pour y arriver, nous avons mis en place une culture d'entreprise moderne où la transparence, la bonne gouvernance, l'imputabilité et la responsabilisation dans l'ensemble de l'organisation sont des éléments essentiels d'une gestion efficace et efficiente.

Producteur et distributeur d'un contenu culturel qui nécessite des droits d'auteur importants, l'ONF s'est doté d'un système électronique de gestion du droit d'auteur (SEGDA). Débuté en

2003-2004, le système est maintenant opérationnel. Nous enrichissons cet outil continuellement par l'intégration de nos bases de données historiques.

De plus, nous avons amélioré les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à remplir les objectifs de l'ONF, qui consistent à produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et à les rendre accessibles au plus large auditoire possible. Par exemple :

- L'ONF perfectionne constamment son système de gestion intégrée de l'information et du savoir Synchrone. Un poste de gestionnaire de l'information a été créé en 2005-2006 pour favoriser une meilleure collecte et une meilleure utilisation de l'information disponible à l'ONF.

- Afin de mesurer la performance de l'ensemble de ses activités, depuis deux ans, l'ONF a développé de nouveaux indicateurs de rendement. En 2005-2006, nous avons terminé le volet financier de ces indicateurs. Un comité des indicateurs de performance pour les diverses auditoires de l'ONF (Web, télé, consommateurs et institutionnels, visionnement public) a été mis en place et des indicateurs de performance pour les auditoires devraient être implantés au cours de l'année 2007-2008.

- L'ONF a également élaboré un nouveau Plan de vérification interne de même qu'un cadre de gestion intégrée des risques et de gestion des renseignements personnels. Par exemple, nous avons revu les procédures liées à la délégation d'autorisation, particulièrement pour la distribution. De plus, nous avons terminé une vérification sur les coproductions internationales.

- L'ONF a également fait des évaluations cette année, qui concernait les partenariats et les activités de l'ONF en court métrage.

L'ONF s'efforce de maintenir les coûts administratifs au plus bas niveau possible. Ces dernières années, il est parvenu à les maintenir à un niveau se situant aux environs de 10 % de son budget.

Cette année encore, l'ONF a utilisé les fonds publics consciencieusement en respectant les plus hauts standards de transparence, de bonne gouvernance et d'imputabilité. Nous nous sommes assurés de tirer le maximum de valeur de nos activités pour les Canadiens et les Canadiennes.

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C.1985, ch. N-8.

(La dernière modification est entrée en vigueur en 2002.)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada
- CinéRobothèque – Montréal
- Médiathèque – Toronto
- Centre des appels (1 800 267-7710)
- Site Web (www.onf.ca)

Distribution à l'étranger
- États-Unis (New York)
- Europe (Paris)

Centres de production anglaise
- Edmonton
- Halifax
- Montréal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

Centres de production française
- Moncton
- Montréal
- Toronto
- Québec

LISTE DES PERSONNES-RESSOURCES POUR LE RAPPORT MINISTÉRIEL SUR LE RENDEMENT

Luisa Frate
Directrice, Administration,c.a.
(514) 283-9050
l.frate@onf.ca

Deborah Drisdell
Directrice, Planification stratégique et relations gouvernementales
(514) 283-3242
d.drisdell@onf.ca

Tableau	Titre	Inclus / Sans objet
Tableau 1	Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles (équivalents temps plein compris)	Inclus
Tableau 2	Ressources par activité de programme	Inclus
Tableau 3	Postes votés et législatifs	Inclus
Tableau 4	Services reçus à titre gracieux	Sans objet
Tableau 5	Prêts, investissements et avances (non budgétaires)	Sans objet
Tableau 6	Sources de revenus disponibles et non disponibles	Inclus
Tableau 7	Fonds renouvelable (État des opérations, État des mouvements de trésorerie et Utilisation prévue des autorisations)	Inclus
Tableau 8	Besoins en ressources par direction ou secteur	Sans objet
Tableau 9	Frais d'utilisation gabarit A, *Loi sur les frais d'utilisation* gabarit B, Politique sur les normes de service pour les frais d'utilisation	Sans objet
Tableau 10	Progrès accomplis au regard du plan de réglementation du ministère	Sans objet
Tableau 11	Renseignements sur les dépenses de projets	Sans objet
Tableau 12	Rapport d'étape sur les grands projets de l'État	Sans objet
Tableau 13	Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT)	Inclus
Tableau 14	Subventions conditionnelles (fondations)	
Tableau 15	États financiers des ministères et organismes (y compris les agents du Parlement) et états financiers du fonds renouvelable	Inclus
Tableau 16	Réponse aux comités parlementaires, aux vérifications et aux évaluations	Sans objet
Tableau 17	Stratégie de développement durable	Sans objet
Tableau 18	Approvisionnement et marchés	Sans objet
Tableau 19	Service centré sur le client	Sans objet
Tableau 20	Initiatives horizontales	Sans objet
Tableau 21	Politiques concernant les voyages	Sans objet
Tableau 22	Réservoirs de stockage	Sans objet

Tableau 1 : Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles (équivalents temps plein compris)

(En milliers de dollars)	2004-05 Dépenses réelles	2005-06 Dépenses réelles	2006-2007			
			Budget principal	Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
Production	46 891	47 337	47 103	47 103	50 890	45 847
Distribution	1 913	1 171	2 370	2 370	2 391	3 134
Accessibilité	12 325	12 660	11 726	11 726	14 284	12 608
Recherche	3 781	3 943	3 640	3 640	3 656	6 847
Total	**64 910**	**65 111**	**64 839**	**64 839**	**71 221**	**68 436**
Moins : revenus non disponibles	-	-	-	-	-	-
Plus : coût des services reçus à titre gracieux	-	-	-	-	-	-
Total des dépenses ministérielles	**64 910**	**65 111**	**64 839**	**64 839**	**71 221**	**68 436**
Équivalents temps plein	498	498	500	500	500	486

Tableau 2 : Ressources par activité de programme

En milliers de dollars

2006–2007									
	Budgétaire							Plus : Non-budgétaire	
Activité de programme	Fonctionnement	Immobilisations	Subventions	Contributions et autres paiements de transfert	Total : Dépenses budgétaires brutes	Moins : Revenus disponibles	Total : Dépenses budgétaires nettes	Prêts, investissements et avances	Total
Production									
Budget principal	49 231	-	-	151	49 382	2 279	47 103	-	47 103
Dépenses prévues	49 231	-	-	151	49 382	2 279	47 103	-	47 103
Total des autorisations	52 993	-	-	176	53 169	2 279	50 890	-	50 890
Dépenses réelles	46 508	-	-	170	46 678	831	45 847	-	45 847
Distribution									
Budget principal	8 217	-	-	-	8 217	5 847	2 370	-	2 370
Dépenses prévues	8 217	-	-	-	8 217	5 847	2 370	-	2 370
Total des autorisations	8 238	-	-	-	8 238	5 847	2 391	-	2 391
Dépenses réelles	8 385	-	-	6	8 391	5 257	3 134	-	3 134
Accessibilité									
Budget principal	11 853	-	-	99	11 952	226	11 726	-	11 726
Dépenses prévues	11 853	-	-	99	11 952	226	11 726	-	11 726
Total des autorisations	14 374	-	-	136	14 510	226	14 284	-	14 284
Dépenses réelles	12 934	-	-	136	13 070	462	12 608	-	12 608
Recherche									
Budget principal	3 823	-	-	-	3 823	183	3 640	-	3 640
Dépenses prévues	3 823	-	-	-	3 823	183	3 640	-	3 640
Total des autorisations	3 839	-	-	-	3 839	183	3 656	-	3 656
Dépenses réelles	6 927	-	-	-	6 927	80	6 847	-	6 847

Tableau 3 : Postes votés et législatifs

En milliers de dollars

Poste voté ou législatif	Libellé tronqué du poste voté ou législatif	2006-2007			
		Budget principal	Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
75	Fonds renouvelable- Office national du film	64 839	64 839	71 221	68 436
	Total	**64 839**	**64 839**	**71 221**	**68 436**

Tableau 6 : Sources des revenus disponibles

Revenus disponibles

(en milliers de dollars)	Dépenses réelles 2004-2005	Dépenses réelles 2005-2006	2006-2007			
			Budget principal	Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
Production	2 467	960	2 279	2 279	2 279	831
Distribution	5 260	7 173	5 847	5 847	5 847	5 257
Accessibilité	321	534	226	226	226	462
Recherche	189	215	183	183	183	80
Total des revenus disponibles	**8 237**	**8 882**	**8 535**	**8 535**	**8 535**	**6 630**

Tableau 7 : Fonds renouvelable – État des mouvements de trésorerie

(En milliers de dollars)	Dépenses réelles 2004-2005	Dépenses réelles 2005-2006	2006-2007		
			Dépenses prévues	Montant autorisé	Dépenses réelles
Revenus (Crédit parlementaire)	64 910	65 111	64 839	71 221	68 436
Dépenses nettes	(64 910)	(65 111)	(64 839)	(71 221)	(68 436)
Excédent (déficit)	-	-	-	-	-
Ajouter les postes hors trésorerie :	-	-	--	-	-
Dépréciation / amortissement	(3 541)	(3 021)	(2 000)	(2 000)	(2 729)
Activités de placement	-	-	-	-	-
Acquisition de biens amortissables	1 856	2 018	2 000	2 000	3 145
Excédent de trésorerie (besoin)	(1 685)	(1 003)	-	-	416
Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement)	11 937	10 934	13 825	13 825	11 350

Tableau 13 : Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT)

Contribution et autres paiements de transfert						
(En milliers de dollars	7) Dépenses réelles 2004-2005	8) Dépenses réelles 2005-2006	9) Dépenses prévues 2006-2007	10) Total des autorisations 2006-2007	11) Dépenses réelles 2006-2007	12) Écarts entre 9 et 11
Production	145	120	151	176	170	(19)
Distribution	-	5	-	-	6	(6)
Accessibilité	149	162	99	136	136	(37)
Recherche	1	-	-	-	-	-
Total	**295**	**287**	**250**	**312**	**312**	**(62)**

Tableau 15 : États financiers des ministères et agences du gouvernement du Canada (y compris les mandataires du Parlement)

L'ONF prépare un rapport annuel qui comprend leurs états financiers, qui est déposé au Parlement et des états financiers qui sont disponibles électroniquement au moment du dépôt des RMR à la Chambre des Communes à l'adresse suivante :

www.onf.ca/publications/fr/rapportannuel/rap2006-2007/ONF-RapportA_06-07.pdf